ره‌توشه اربعین

تبلیغ چهره به چهره در پیاده‌روی اربعین

حسین ملانوری

بسم الله الرحمن الرحيم



تبلیغ چهره به چهره در پیاده‌روی اربعین

تألیف: **حسین ملانوری**

ویرایش و صفحه‌آرایی: **حسن عموعبداللهی**

طراح جلد: **محمدامین محمدلو**

نوب چاپ: **سوم**

۱۳۹۶ هـ ش / ۱٤۳۹ هـ ق

پورتال اربعین:

ALARBAEEN.IR

کانال آموزش و فرهنگ اربعین در تلگرام:

TELEGARM.ME/ALARBAEN

پیش‌گفتار

تبلیغات از ابزارهای رایج بـرای انتقـال فکـر و فرهنـگ و هرگونه پیامی به دیگران است.

انبیای الهی و ائمه اطهار، اولین منتقل کننده پیام توصـیفی به جامعه بودند. در اعصار بعـد نیـز اسـلام، بـه واسـطهٔ تـلاش مبلغان دلسوز و عاملان دینی در جوامع مختلف گسترش یافـت و آنان با زدودن غبار غفلت و فراموشی، رفتار و کردار مخاطبان را به سمت جامعه مطلوب هدایت می‌کردند.

اربعین حسینی از بزرگ‌ترین فرصت‌های جامعهٔ تبلیغی است که در آن میلیون‌ها دوستدار اهل بیـت علیهم‌السلام حـول محـور امـام حسین علیه‌السلام با پای پیاده مسیر نجف تا کربلا را می‌پیمایند و خود را در معرض دریافـت انـواع پیـام‌هـای صـحیح اسـلامی قـرار می‌دهند.

آنچه وظیفه جامعه تبلیغی را سنگین مـی‌نمایـد، اسـتفاده از لحظـه لحظـهٔ آن فرصـت‌هـا جهـت تبیـین مفـاهیم دینـی و

پاسخ‌گویی به پرسش‌هایی است که پیر و جوان، آنها را در ذهن و دل خود سپرده‌اند و در یک کلام، رهاورد تبلیغ اربعین باید شعور حسینی باشد.

بزرگ‌ترین و برترین و بهترین فرصت تبلیغی در موسم اربعین، تبلیغ چهره به چهره است که کتاب حاضر با قلم فاضل ارجمند حجت‌الاسلام و المسلمین حسین ملانوری، وظیفه تبیین و تشریح ابعاد این شیوه تبلیغی را بر عهده دارد.

جهان زائران همواره سرشار از نشاط معنوی و روحانیت بوده است و برکات معنوی فراوانی را به همراه دارد. به همین جهت اولیای الهی، خود به تعلیم محبان و عاشقان این کوی پرداختند و با تربیت انسان‌های بزرگ و به ودیعت گذاشتن تراث جاودان در ایجاد جریان و فرهنگ زیارت، به نیاز اساسی انسانی پاسخ دادند. آنان فرصت ظرفیت‌های بی‌بدیلی را برای استمرار جریان حق و راه انبیا و اولیای الهی ـ یعنی راه رستگاری و تعالی ـ خلق کردند و همواره و همیشه با طراوت و نورانیت بی‌نظیر، شادمانی معنوی و حرکت الی‌الله و مرکزیت توحید را در کانون حیات بشری روشن و پرنور نگه‌داشتند.

کمیته فرهنگی و آموزشی اربعین به منظور بسط و ترویج فرهنگ زیارت و با توجه به حضور صدها هزار زائر از محبان اهل بیت‌علیهم‌السلام از جمهوری اسلامی ایران در مراسم باشکوه اربعین حسینی‌علیه‌السلام در صدد برآمد تا اثر حاضر را با عنوان «تبلیغ چهره به چهره در پیاده‌روی اربعین» در قالب یک کتاب از مجموعه ره‌توشهٔ اربعین، در اختیار مبلغان ارجمند اربعین حسینی قرار دهد. در پایان لازم است از تلاش‌های مولف محترم جناب *حجت‌الاسلام و المسلمین* حسین *ملانوری* و همچنین جناب *حجت‌الاسلام والمسلمین مجتبی منصورآبادی* که سعی بلیغ در گردآوری مجموعه ره‌توشه اربعین داشتند، قدردانی شود.

ستاد مرکزی اربعین حسینی
کمیته فرهنگی و آموزشی
۱۴۳۸ / ۱۳۹۵

فهرست مطالب

مقدمه: ۱۳

تعریف تبلیغ چهره به چهره ۱۶

امتیازات تبلیغ چهره به چهره ۱۷

فرایند تبلیغ چهره به چهره ۲۰

الف) حرکت به سوی مخاطب ۲۰

ب) جذب مخاطب ۲۲

ج) ایجاد رابطه حسنه و عاطفی ۲۷

۱. داشتن معنویت و ارتباط قوی با خداوند ۲۸

۲. روابط عمومی بالا ۲۸

روش‌های ایجاد رابطه حسنه و عاطفی ۲۹

سلام کردن ۲۹

برخاستن از جا ۳۰

دست دادن ۳۰

تبسم ۳۳

اکرام و احترام ۴۰

احوال‌پرسی ۳۳
محبت ۳۴
استفاده از نام افراد ۳۶
تواضع ۳۸
عدم تقید به جای خاص ۳۹
توجه به همه ۳۹
اعلام دوستی ۴۰
خوش‌سخنی ۴۲
هدیه دادن ۴۳
شوخی کردن ۴۳
استفاده از شرایط و اتفاقات ۴۵
بهره‌گیری از نقاط اشتراک ۴۵
استفاده از ابزارهای ارتباطی و رسانه‌ای ۴۶
گذشتن از خطاهای مخاطبان ۴۷
د) اجرای فنون تبلیغی ۴۸
انگیزه‌سازی ۴۸
الف) روش سؤالی ۴۹
ب) روش داستانی ۴۹
ج) روش تعریف از مخاطب ۵۰

گوش دادن ... ۵۱
توجه به حالات ... ۵۲
قطع نکردن سخن مخاطب ... ۵۳
پرهیز از سرزنش کردن ... ۵۵
ایجاد سؤال ... ۵۵
پاسخگویی ... ۵۸
تکرار ... ۶۱
سکوت ... ۶۲
استناد ... ۶۳
تشویق به تفکر ... ۶۴
موعظه ... ۶۵
بیان تجارب ... ۶۶
معرفی الگو ... ۶۷
ارجاع ... ۶۸
هـ) پایان ارتباط ... ۶۹
۱. آغاز نکردن به جدا شدن از مخاطب ... ۶۹
۲. خداحافظی ... ۷۰
۳. مشایعت ... ۷۰
تبلیغ عملی ... ۷۱

روش برخورد با مخالفان و بزهکاران ۷۳
فضاهای تبلیغی اربعین.. ۷۵
مکان‌های تبلیغی... ۷۷
مسیرهای حرکت... ۷۸
محتوای تبلیغ ۷۹
شرایط محتوا ۷۹
محتواهای مورد نیاز مبلغ ۸۰
مطالب مورد نیاز مخاطبان... ۸۱
منابع و مآخذ... ۸۴

مقدمه:

هر سال میلیون‌ها نفر از عاشقان اباعبدالله الحسین علیه السلام در ایام اربعین با پای پیاده به سوی مرقد نورانیش حرکت کرده و بزرگ‌ترین اجتماع عبادی بشری را شکل می‌دهند. این حرکت بی‌نظیر مردمی، یک فرصت طلایی برای مکتب اسلام است تا اوج شوکت و عظمت خود را به نمایش بگذارد و بحمدالله در سال‌های اخیر، علیرغم تهدیدهای دشمنان، بر غنای آن افزوده شده و اینک همچون خاری در چشم دشمنان قسم خورده اسلام و مکتب اهلبیت علیهم السلام فرو رفته است.

این حرکت که با اجرا و بودجه مردمی اداره می‌گردد، ظرفیت بزرگی برای تبلیغ معارف دینی توسط مبلغان گرامی است که به پیروی از رهبران راستین اسلام، اندوخته‌های معرفتی خود را به دیگران منتقل کنند و در این میان، تبلیغ چهره به چهره از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است.

مقام معظم رهبری ـ مد ظله العالی ـ در اهمیت تبلیغ چهره به چهره فرموده‌اند:

درست است که بحمدالله بیانات علمای متعددی ـ چه در مرکز و چه در شهرستان‌ها ـ به عناوین مختلف و به حسب اقتضای نماز جمعه، یا بعضی از مناسبت‌های دیگر و نیز درس‌ها و بحث‌هایی که دارند، در رادیو و تلویزیون منتشر می‌شود؛ لیکن هیچ‌کدام از این کارها، جای حرکت روحانی روبه‌روی با مردم را نمی‌گیرد. هیچ چیز، جای تبلیغ روبه‌رو و چهره به چهره را ـ آن طوری که رسم ما روحانیون بوده است که با مردم حرف می‌زدیم ـ نمی‌گیرد... . این، متعلق به جامعهٔ ماست که روحانیون در همهٔ سطوح مختلف، در شهرها و محلات و روستاهای گوناگون و در بین عشایر، با مردم روبه‌رو و مواجه هستند؛ با آنها حرف می‌زنند؛ حساب و کتاب دارند؛ سر و کار عموم مردم با آنهاست؛ مرجع درد دل‌ها و بیان

شبهه‌های ذهنی و مشکلات روحی مردمند و نیز غمگسار آنها هستند.[۱]

معظم له در جایی دیگر می‌فرماید:

خدای تعالی یک رازی در مواجهه و روبرو شدن دو انسان با یکدیگر قرار داده که نمی‌دانم چیست؛ اما هست و اینکه یک مربی با مخاطب خود در یک جلسه می‌نشیند و با او حرف می‌زند که این صورت او را می‌بیند و صدای او را بی‌واسطه می‌شنود و او به مخاطب خود رو می‌کند و با او حرف می‌زند. این یک اثری دارد که در هیچ ابزار هنری دیگر نیست. این یک رازی است که این هم از خصوصیات انسان است.[۲]

---

۱. سخنرانی در دیدار با روحانیون، در آستانهٔ ماه رمضان (۱۳۷۳/۱۱/۵).

۲. بیانات رهبر معظم انقلاب در میان هزاران تن از جوانان، بهمن ۱۳۸۲.

در این نوشتار برآنیم تا براساس تجربه‌های تبلیغی گذشــته، به عزیزانی که قصد دارند در پیاده‌روی اربعین به تبلیـغ مکتـب قرآن به صورت چهره به چهره بپردازند رهنمودهایی ارائه کنیم.

تعریف تبلیغ چهره به چهره

تبلیغ چهره بـه چهـره در معنـای عـام، بـه نـوعی از تبلیـغ اطلاق می‌گردد که مبلّغ در آن مستقیماً و به صورت رو در رو با مخاطب ارتباط برقرار می‌کند. با ایـن تعریـف، منبـر و خطابـه، پرسش و پاسخ، کلاسداری تبلیغی، منـاظره، گفتگوهـای دو یـا چند نفره به صورت خیلی طبیعی و عادی و ... که در آنها مبلّـغ رو در روی مخاطب با او ارتباط بر قرار می‌کند، تبلیغ چهـره بـه چهره به حساب می‌آیند.

تبلیغ چهره بـه چهـره بـه معنـای خـاص عبـارت اسـت از: *«ارتباط رودرروی مبلّغ با مخاطب به صورت مستقیم، غیررسمی و خودمانی و در عین حال حساب شده و هدفمند جهت هـدایت او»*. در اینجا نه سخنرانی و کلاسداری رسمی وجـود دارد و نـه جلسه پرسش و پاسخ است و نه مناظره کلاسـیک؛ بلکـه مبلّـغ است و یک یا چند نفر از افرادی که با آنها روبرو شـده و قصـد

دارد در اندیشه و احساس و رفتار آنان بر اساس آموزه‌های دینی اثر بگذارد. بر اساس این تعریف، در تبلیغ چهره به چهره مسائل زیر مورد توجه قرار می‌گیرد:

- مبلّغ رو در روی مخاطب قرار می گیرد و به صورت مستقیم با او ارتباط تبلیغی بر قرار می‌کند.
- این ارتباط آن‌قدرخودمانی و طبیعی است که مخاطب احساس نمی‌کند کسی آمده است تا او را هدایت کند.
- در عین حال این ارتباط «حساب شده و هدفمند» است و با برنامه از پیش تعیین شده، به منظور تأثیرگذاری مطلوب دین در اندیشه و احساس و رفتار مخاطب صورت می‌گیرد.
- این تبلیغ منحصر در گفتن نیست؛ بلکه ممکن است مبلّغ با رفتار خود و یا انجام یک کار هنری و یا حتی با زبان بدن به تبلیغ دین بپردازد.

امتیازات تبلیغ چهره به چهره

تبلیغ چهره به چهره از امتیازات فراوانی برخوردار است؛ از جمله:

تأثیرپذیری بیشتر: در این نوع از تبلیغ، به دلیل خودمانی و غیررسمی بودن، مخاطبان تأثیر پذیرترند. علاوه بر این، بسیاری از مخاطبان در برنامه‌های رسمی مثل سخنرانی، نه برای تأثیرپذیری و انتخاب مسیر، بلکه برای اعلام حمایت از برنامه‌ها و کوری چشم مخالفان و یا بردن ثواب شرکت می‌کنند، در حالی که در تبلیغ چهره به چهره مخاطب چنین انگیزه‌هایی ندارد و در صورت یافتن حقیقت، آن را می‌پذیرد. این نوع از تبلیغ اگر با تبلیغ عملی همراه گردد، توان همراه ساختن سخت‌ترین دل‌ها را دارد.

فعّال بودن مبلّغ: تقریباً در همهٔ روش‌های تبلیغی مرسوم دیگر، مبلّغ منتظر می‌ماند تا مخاطب در برنامه او شرکت کرده و اثر بپذیرد؛ اما در تبلیغ چهره به چهره ما منتظر مخاطب نمی‌نشینیم، بلکه خودمان به سراغش می‌رویم.

قدرت به کارگیری سایر روش‌ها: ممکن است در حین اکران یک فیلم به راحتی نتوانیم تبلیغ چهره به چهره کنیم؛ اما در حین تبلیغ چهره به چهره به راحتی می‌توانیم فیلم و یا هر محصول دیگر هنری را به مخاطب خود بدهیم.

گستردگی مخاطب: تعداد و تنوع کسانی که در برنامه‌های مختلف فرهنگی شرکت می‌کنند، بسیار کمتر از کسانی است که در تیررس تبلیغ چهره به چهره قرار می‌گیرند.

هزینه کمتر: این روش نیازی به هزینه چندانی ندارد و نسبت به بسیاری از روش‌های تبلیغی، هزینه کمتری دارد.

جذب خاکستری‌ها: بسیاری از افراد، به خصوص افراد خاکستری با قرار گرفتن در معرض تبلیغات سوء معاندین، نسبت به روحانیت بدبین گشته و تمایلی به شرکت در برنامه‌های آنها ندارند. این افراد در برخوردهای دوستانه‌ای که در تبلیغ چهره به چهره صورت می‌گیرد، متوجه اهداف پلید مخالفان می‌شوند و بین آنها و مبلغان دینی ارتباط دوستانه برقرار می‌گردد.

شناخت بهتر از مردم: به دلیل ارتباط رو در رو و خودمانی و گرم‌گرفتن با مخاطبان در تبلیغ چهره به چهره، بهتر به نیازها، گرایش‌ها و خواسته‌های مردم پی می‌بریم و این عاملی برای تأثیرگذاری بیشتر در تبلیغ است.

ایجاد زمینه توزیع محصولات فرهنگی: بیش از تولید محصولات فرهنگی، توزیع آنها اهمیت دارد و تا یک محصول

در اختیار مخاطب قرار نگیرد، از آن بهره‌ای برده نمی‌شود. تبلیغ چهره به چهره، فرصت مناسبی برای معرفی و توزیع محصولات فرهنگی است.

فرایند تبلیغ چهره به چهره

در تبلیغ چهره به چهره، مراحل زیر اجرا می گردد:

الف) حرکت به سوی مخاطب

در تبلیغ چهره به چهره، تلاش می‌کنیم به سوی مخاطب برویم و به هیچ‌وجه منتظر نمی‌مانیم تا او به سوی ما بیاید؛ همچون پیامبر گرامی اسلامﷺ که به قول امام علیؑ طبیبی دوار بود و به سوی مخاطبانش حرکت می‌کرد.

طبيب دوار بطبه قد أحكم مراهمه و أحمى مواسمه يضع ذلك حيث الحاجة إليه من قلوب عمي و آذان صم و ألسنة بكم و يتتبع بدوائه مواضع الغفلة و مواطن الحيرة.[1]

طبیبی است که برای درمان بیماران سیار است. مرهم‌های (شفابخش) او آماده و ابزار داغ کردن زخم‌ها را گداخته است. این (مرهم و ابزار داغ

۱ . تصنیف غرر الحکم و درر الکلم، ص۱۰۹.

کردن) را در جاهایی که نیاز شود مثـل (شـفای) قلب‌های کور و گوش‌های ناشنوا و زبان‌هـای لال، قرار می‌دهد.

در این راستا توصیه می شود مبلغان گرامی اقدامات زیـر را انجام دهند:

- جز در مواقع خواب و خوراک، آن هم به اندازه ضرورت و نیاز، در محل اسـکان (موکـب، هتـل و مسـافرخانه و...) نمانید و سعی کنید خود را به میان مردم برسانید تا بتوانید بیشترین تعامـل و ارتبـاط را بـا آنهـا داشـته باشید. البته اگر موکب عمومی باشد، می‌تواند محلـی برای ارتباط‌گیری با برخی مخاطبان باشد.
- در مسیر حرکت به سوی کربلا، سـعی کنیـد بـا دوسـتان خود نباشید؛ بلکه به میان دیگـران برویـد تـا بتوانیـد ارتبـاط برقـرار کـرده و تبلیـغ کنیـد. تـا زمـانی کـه بـا دوستان خود راه می‌روید کمتر احتمال دارد کـه افـراد نیازمند بتوانند یـا بـه خـود اجـازه دهنـد کـه از شـما سؤالی بپرسند یا با شما خلوت کنند.
- در میان مردم به گونه‌ای حرکت کنیـد، نگـاه کنیـد، غـذا بخوریـد، زیـارت کنیـد و دیگـر فعالیـت‌هـای خـود را انجام دهید که احساس نکنند برای خودتان هستید و

نمی‌توان با شما ارتباط برقرار کرد. بدین منظور، به دیگران توجه کنید، در حال راه رفتن سرتان را بالا بگیرید و آماده باشید که هر لحظه از شما چیزی بپرسند و یا مطلبی را مطرح کنند.[۱]

ب) جذب مخاطب

پس از حضور در میان مخاطبان، باید به گونه‌ای بود و به شکلی عمل کرد که نه تنها موجب رنجش آنان نشود؛ بلکه آنها را به سمت مبلغ بکشاند. ویژگی‌ها و اقدامات زیر موجب جذب افراد می‌شود:

آراستگی ظاهر: امام علی‌علیه‌السلام فرمودند: «التجمل من أخلاق المؤمنین[۲]؛ زیباسازی از اخلاق مؤمنین است.»

هرچند در پیاده‌روی اربعین به دلیل گرد و غبار و محدودیت‌های خاص، نمی‌توان لباس‌های شیک و مرتب داشت

---

۱ . در بیان تجربه‌های تبلیغی مربوط به سفر تبلیغی اربعین از کتابچه «تبلیغ چهره به چهره، روش‌های تعامل و ارتباط گیری با زائران اربعین» استفاده کرده‌ام.

۲ . تصنیف غرر الحکم و درر الکلم، ص ٤٣٥.

و این با سفر زیارتی امام حسین علیه السلام نیز سازگاری ندارد؛ اما لازم است به گونه‌ای باشیم که ظاهر ما موجب آزردگی مخاطب نباشد، بلکه در جایگاه خود، آنان را جذب کند. بدین منظور توصیه می شود موارد زیر رعایت گردد:

- از پوشیدن لباس‌های پاره، کثیف و چروک پرهیز کنیم.
- لباسمان را مرتب بپوشیم و دکمه‌های آن را ببندیم و در صورت معمم بودن، عمامه خود را مرتب نگه داریم.
- کیف دستی و کوله‌پشتی‌مان به لحاظ رنگ، شکل و نوع، مناسب با شئون روحانیت و مبلغ دین باشد.
- با استفاده از چفیه، شال سفید، مشکی یا سبز، به تناسب، حالت معنوی بیشتری داشته باشیم.
- سر و صورت خود را همواره مرتب نگه داریم.

معطر بودن: در هنگام برخورد با افراد، بوی دهان، بدن، کفش و لباس، آنها را آزرده می‌کند و مانع ارتباط مطلوب می‌گردد. مبلغ باید همواره بدن و لباس خود را تمیز نگه دارد و خود را معطر و خوشبو نماید. انبیای الهی همیشه به این امر

توجه می‌کردند، تا آنجا که امام رضا علیه السلام فرموده‌اند: «**الطیب من أخلاق الأنبیاء**[1]؛ بوی خوش از اخلاق پیامبران است.»

با توجه به فضای تبلیغی اربعین توصیه می‌شود مبلغان گرامی نکات زیر را مورد توجه قرار دهند:

- در فواصل معین، پاها و در صورت امکان بدن خود را شستشو دهید.
- از خوردن پیاز و سیر به شدت پرهیز کنید.
- در صورتی که بدن شما به خاطر عرق کردن بو می‌گیرد، از مواد ضد تعریق در بدن و کفش‌ها استفاده کنید.
- همواره بعد از غذا مسواک بزنید و دهان خود را خوشبو نگهدارید. استفاده از آب‌نمک و دهانشویه، موجب سلامت لثه از بیماری و عفونت می‌شود و بوی دهان را کاهش می‌دهد.
- جز در کربلا و نزدیک آن، از عطرهای جذاب استفاده کنید و خود را خوشبو نمایید.

۱ . الکافی، ج٦، ص ۵۱۰.

پرهیز از پرخوری:

پرخوری زیان‌های جسمی، روحی و روانی فراوانی دارد که از جمله آنها مبغوض شدن به درگاه خداوند متعال است. امام باقر علیه السلام فرمودند: «**ما من شيء أبغض إلی الله عز و جل من بطن مملوء**[1]؛ در نزد خداوند هیچ چیزی بدتر از شکم پر نیست.»

علاوه بر این، پرخوری چهره زشتی از روحانیت در محافل عمومی به جای می‌گذرد و موجب نفرت بسیاری از افراد می‌گردد. طبیعی است که مخاطبان با دیدن منظره پرخوری یک مبلغ، جذب او نشوند.

لبخند زدن و گشاده رویی:

مردم از چهره‌های عبوس و گرفته بدشان می‌آید و به انسان‌های خنده‌رو و شاد علاقه نشان می‌دهند. از همین جهت گاهی یک لبخند از دور مخاطب را جذب می‌کند. یکی از ویژگی‌های پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله، با قدرت جاذبه فراوانی که داشتند، لبخندزدن و گشاده‌رویی در مقابل مخاطبانشان بود. درباره آن

---

۱. المحاسن، ج۲، ص ٤٤٥.

حضرت نقل شده است که: «**کان رسول الله صلی الله علیه و آله إذا حدث بحدیث تبسم في حدیثه**[1]؛ هر گاه پیامبر خدا سخن می‌گفت، در سخن گفتن تبسم می‌کرد.»

ممکن است مبلغ به خاطر سختی‌های سفر یا گرفتاری‌های دیگری ناراحت و اندوهگین باشد، اما باید سعی کند این ناراحتی را به چهره خود سرایت ندهد و با صبر و تحمل، با چهره‌ای گشاده با مردم برخورد کند که امام علی علیه‌السلام فرمودند: «**بشر المؤمن فی وجهه و حزنه فی قلبه**؛[2] شادی مؤمن در صورت و ناراحتی او در قلبش قرار دارد.»

شایسته است مبلغان عزیز در تبلیغ اربعین موارد زیر را مورد توجه قرار دهند:

- از درهم کشیدن ابروها و اخم کردن بپرهیزید و شاد و بشاش باشید.
- در هنگام پاسخگویی به سؤالات مخاطبان، با لبخند و سلام و حال و احوال‌پرسی، آنان را شاد کنید.

---

۱. مکارم الأخلاق، ص ۲۱.

۲. غررالحکم و دررالکلم، ص ۳۱٤.

- هنگام ورود بـه مکـان‌هـای مختلـف و خـروج از آنهـا در مواجهه بـا دیگـران و یـا جداشـدن از آنـان، بـه صـورت معقول تبسم کنید.
- بعد از سلام نماز و هنگام مصافحه، بـه چهـره اطرافیانتـان نگاه کنید و مهربانانه لبخند بزنید.
- در خندیدن افراط نکنید و از خندیـدن بـا صـدای بلنـد و قهقهه بپرهیزید تا وقار و متانت شما از بین نرود.
- در هنگـام عـزاداری و خوانـدن زیـارت، از خندیـدن و حتـی گاهی لبخند زدن بپرهیزید.

ج) ایجاد رابطه حسنه و عاطفی

ایجاد ارتباط با افراد و مخصوصاً رابطه حسـنه و عـاطفی بـا آنان، اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا باب گفتگو را باز نمـوده و تـأثیر مستقیمی بر روند تبلیغ می‌گذارد. تبلیغ چهره به چهـره تنهـا از طریق ارتباط و ارتباط نیز از راه رفاقت محقق می‌شود. کسـانی که نمی‌توانند با مردم ارتباط برقرار کنند، برای تبلیغ چهـره بـه چهره مناسب نیستند. قبل از بیان فنون برقراری ارتباط و رابطه عاطفی، به دو ویژگی مهم مبلغ در تبلیغ چهره به چهـره اشـاره می‌کنیم:

۱. داشتن معنویت و ارتباط قوی با خداوند:

اگر انسان اهل معنویت بوده و ارتباط قوی با خداوند داشته باشد، خدای بزرگ محبت او را در دل دیگران قرار می‌دهد و بهتر می‌تواند با آنان ارتباط برقرار کرده و تأثیر بگذارد: «**إِنَّ الَّذِينَ ءَامَنُواْ وَ عَمِلُواْ الصَّلِحَاتِ سَيَجْعَلُ لهَمُ الرَّحْمَانُ وُدًّا**[۱]؛ قطعاً کسانی که ایمان آورده و کارهای شایسته انجام داده‌اند، به زودی [خدای] رحمان برای آنان [در دل‌ها] محبتی قرار خواهد داد.»

بنابراین مبلغان گرامی باید روز به روز ارتباط خود را با خداوند تقویت کرده، با تعمیق ایمان و انجام اعمال صالح، بر تأثیرگذاری معنوی خود بیفزایند.

۲. روابط عمومی بالا:

مبلغانی که به اصطلاح درون‌گرا بوده و از روابط عمومی بالایی برخوردار نباشند، به راحتی نمی‌توانند با دیگران ارتباط برقرار کنند. این امر در تبلیغ چهره به چهره از اهمیت بیشتری

---

۱ . مریم، ٩٦.

برخوردار است، از این رو باید قدرت روابط عمومی و گفتگو با دیگران را در خود تقویت کنند.

روش‌های ایجاد رابطه حسنه و عاطفی

برای ایجاد ارتباط با مخاطبان و برقراری و تقویت رابطه عاطفی، می‌توان از فنون زیر استفاده کرد که اتفاقاً بسیاری از آنها به عنوان آداب اسلامی مورد تأکید قرار گرفته است:

سلام کردن:

پیامبر خدا صلی الله علیه و آله همیشه بر کوچک و بزرگ سلام می‌کردند[1] و هیچ کس نتوانست بر او در سلام کردن پیشی بگیرد. در بسیاری از اوقات یک سلام کردن، آن هم با صدای بلند، زمینه ارتباط و ایجاد محبت و عاطفه بین مبلغ و زائر می‌شود و از این راه باب گفتگو و مراوده باز می‌گردد.

سلام کردن به دیگران نشانه تواضع است و به همین جهت در جذب آنها و ایجاد رابطه حسنه بسیار مؤثر می‌باشد. امام صادق علیه السلام از پدرش و او از پدرانش از رسول خدا صلی الله علیه و آله نقل

---

۱. مستدرک الوسائل، ج۲، ص۶۹.

می‌کند که آن حضرت فرمودند: «**إِنَّ مِنَ التَّوَاضُعِ أَنْ يَرْضَى الرَّجُلُ بِالْمَجْلِسِ دُونَ شَرَفِ الْمَجْلِسِ وَ أَنْ يُسَلِّمَ عَلَى مَنْ لَقِيَ**؛ یکی از نشانه‌های تواضع این است که انسان به غیر از بالای مجلس راضی باشد و اینکه به هرکس برخورد کرد، سلام کند.»

در این باره توجه به نکات زیر شایسته است:

برخاستن از جا:

برخاستن از جا در هنگام ورود مخاطب، می‌تواند در ایجاد رابطه دوستانه مؤثر باشد. در سیره پیامبر خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله آمده است که: «**كَانَ إِذَا لَقِيَهُ وَاحِدٌ مِنْ أَصْحَابِهِ قَامَ مَعَه**[1]؛ همیشه چنین بود که اگر یکی از اصحابش بر او وارد می‌شد، به احترامش بر می‌خاست.»

دست دادن:

درباره رسول خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله نقل شده است که: «**وَ إِذَا لَقِيَ مُسْلِماً بَدَأَهُ بِالْمُصَافَحَةِ**[2]؛ به هنگام ملاقات با هر مسلمانی، او آغاز به دست دادن می‌کرد.»

۱. همان، ص۴۳۸.
۲. بحارالأنوار، ج۱۶، ص۲۲۶.

پیامبر خداصلی‌الله‌علیه‌وآله در مصافحه کردن، دست خود را قبل از طرف مقابل نمی‌کشیدند که این نیز به نوبه خود در ایجاد رابطه حسنه تأثیر بیشتری دارد. درباره آن حضرت نقل شده است که: «**مَا أَخَذَ أَحَدٌ يَدَهُ فَيُرْسِلَ يَدَهُ حَتَّى يُرْسِلَه**[1]؛ هنگامی که دستش در دست کسی برای مصافحه بود، دست خود را نمی‌کشید تا آنکه فرد دستش را بکشد.»[2]

درباره دست دادن به نکات زیر توجه کنیم:

- دست مخاطبانمان را به گرمی بفشاریم تا آنها بیشتر احساس دوستی و محبت کنند.
- به همراه دست دادن، اگر شرایط اقتضا می‌کند، ثواب دست دادن را بیان کنیم؛ مثلاً بگوییم: به به چه کار خوبی، پیغمبر اکرم صلوات الله علیه در باره مصافحه فرمودند.... .
- می‌توان هنگام دست دادن و همراه با بیان روایتی از معصومین علیهم‌السلام درباره مصافحه، نکات دیگری را بیان کرد

---

۱. همان.

۲. امام صادق علیه‌السلام درباره پیامبر خداصلی‌الله‌علیه‌وآله فرمودند: «**وَ إِنْ كَانَ لَيُصَافِحُهُ الرَّجُلُ فَمَا يَتْرُكُ رَسُولُ اللهِ** صلی‌الله‌علیه‌وآله **يَدَهُ مِنْ يَدِهِ حَتَّى يَكُونَ هُوَ التَّارِكَ**؛ اگر کسی به او دست می‌داد، رسول خداصلی‌الله‌علیه‌وآله دست او را رها نمی‌کرد تا او خودش چنین کند.» (الکافی، ج۲، ص۶۷۱)

که رابطه را عاطفی‌تر کند؛ مثلاً می‌توانیم بگوییم: امام محمدباقر(علیه السلام) فرمودند: وقتی دو نفر مؤمن با هم دست می‌دهند، خدا کسی را بیشتر دوست دارد که شخص مقابل را بیشتر دوست داشته باشد. حالا شما منو بیشتر دوست داری یا من شما رو؟

- سعی کنیم اول ما دستمان را به سمت افراد دراز کنیم تا به ما دست بدهند.
- تا افراد دست ما را رها نکرده‌اند، ما دستمان را رها نکنیم.
- با دو دستمان به افراد دست بدهیم و کمی آنها را به طرف خودمان بکشیم. این روش بیشتر آنها را به ما علاقمند می‌کند.
- اگر مخاطب بدش نمی‌آید، هنگام صحبت کردن هم دست او را رها نکنیم و دست در دست یکدیگر سخن بگوییم.
- از دست دادن و معانقه کردن با غیر ایرانی‌ها پرهیز نکنیم. البته اگر بتوانیم آداب و سنت‌های آنها در دست دادن و معانقه را رعایت کنیم بهتر است؛ مثلاً عراقی‌ها وقتی می‌خواهند معانقه کنند، سه بار یک طرف صورت را به هم می‌زنند یا می‌بوسند.

تبسم:

داشتن چهره‌ای متبسم می‌تواند در ایجاد محبوبیت و رابطه عاطفی با مخاطب تأثیرگذار باشد. درباره پیامبر گرامی اسلام صلی الله علیه و آله نقل شده است: «**وكَانَ أكْثَرَ النَّاسِ تَبَسُّماً**[1]؛ از همه مردم تبسمش بیشتر بود.»

احوال‌پرسی:

یک احوالپرسی ساده می‌تواند رابطه شما را با افراد تقویت کند و موجب ایجاد انس و همدلی گردد. در این احوالپرسی می‌توانید بگویید: حالتون چطوره؟ اهل کجا هستید؟ چند سال دارید؟ تحصیلات شما چقدر است؟ شغلتون چیه؟ متأهل هستید یا مجرد؟ و ... .

وقتی مخاطبان به این سؤالات پاسخ دادند، شما بسنده نکرده و سؤالات مرتبط دیگری بپرسید تا راه ارتباط عاطفی بیشتری باز شود. اگر این سؤالات مورد علاقه افراد باشد، بیشتر در آنها علاقه ایجاد می‌کند و ارتباط شما قوی‌تر می‌گردد؛ مثلاً اگر طرف شما هیئتی است، درباره هیئت آنها سؤال کنید و اگر

۱. بحار الانوار، ج ۱٦، ص۲۲٦.

کشاورز است، از کسب و کار و کشاورزی بپرسید و از وضعیت آب و باغ و ملک و ... بگویید و ... .

یکی از سؤال‌های خیلی مرتبط این است که بپرسید: چی شد اومدید کربلا؟ از اومدنتون راضی هستید؟ سال دیگه هم میایید؟ و ... .

محبت:

یکی از راه‌های ایجاد محبوبیت، محبت به دیگران است؛ خصوصاً این اقدام درباره کودکان، دارای تأکید بیشتری می‌باشد و به عنوان یکی از حقوق آنان مطرح شده است. چنانچه امام سجاد علیه‌السلام فرمودند: «**وَ حَقُّ الصَّغِيرِ رَحْمَتُهُ فِي تَعْلِيمِهِ وَ الْعَفْوُ عَنْهُ وَ السَّتْرُ عَلَيْهِ وَ الرِّفْقُ بِهِ وَ الْمَعُونَةُ لَه**؛[1] حق کودک مهربانی به او در آموزش و گذشت از خطای وی و عیب‌پوشی و همراهی و یاری اوست.»

همه کسانی که در ایام اربعین با پای پیاده به سمت کربلا در حرکتند، هرچه باشند، علاقمند اهل بیت علیهم‌السلام هستند و لازم است نسبت به آنان محبت روا داشته شود؛ هر چند برخی از

۱. من‌لایحضره‌الفقیه، ج۲، ص۶۲۵.

آنان اعمال شایسته‌ای انجام ندهند. از امام رضا علیه السلام روایت شده که فرمودند: «**کن محبا لآل محمد علیهم السلام و إن کنت فاسقا، و محبا لمحبیهم و إن کانوا فاسقین**[1]؛ علاقمند اهل بیت پیامبر باش گرچه فاسق باشی، و علاقمندان آنان را نیز دوست بدار گرچه فاسق باشند.»

بدیهی است که اهل بیت پیامبر علیهم السلام اجازه گناه نمی‌دهند و گناه را دوست ندارند و نمی‌پسندند که شیعیان و محبان آنان معصیت کنند؛ اما گوهر محبت اهل بیت علیهم السلام آنچنان قیمت دارد که انسان اگر خدای ناکرده اهل فسق شد نیز نباید خود را از این ریشه جدا سازد و به خاطر آنان باید علاقمنداشان را نیز دوست داشت، چه بسا این محبت، آن فرد را از گناه رهایی بخشد و از جمله نیکان شود که در تاریخ نمونه‌های آن فراوان است.

نگاه محبت‌آمیز به مخاطب، موجب جذب او به سمت مبلغ است؛ از این رو شایسته، بلکه بایسته است مبلغان گرامی در هنگام برخورد با مخاطبانشان نگاهی محبت‌آمیز به آنان داشته،

---

۱. سفینة البحار، ج۲ ، ص ۱۲.

از هرگونه سوء ظن نسبت به آنها بپرهیزند. البته در برخـورد بـا جنس مخالف باید حدود اخلاقی و شرعی را رعایت نمود.

همچنین استفاده از واژه‌های محبت‌آمیـز مـی‌توانـد ارتبـاط عاطفی فوق‌العاده‌ای برقرار کند؛ مثلاً بعد از آنکه رابطه اولیه بـا مخاطب بر قرار شد، مـی‌تـوان بـرای تقویـت ارتبـاط و ایجـاد محبت، در خطاب‌های بعدی از واژه‌هایی مانند: داداشم، اخـوی، برادر، دوست عزیزم و ... استفاده کرد.

استفاده از نام افراد:

وقتی با کسی صمیمی می‌شوید و او را با اسم کوچک صـدا می‌زنید، احساس نزدیکی بیشتری می‌کند و بین شما و او ارتباط قوی‌تری برقرار می‌شود. البته در این باره بایـد شـرایط سـنی و جنسی مخاطب را در نظر گرفت؛ زیرا بعضی از آنها نمی‌خواهند با اسم کوچک صدا شوند و این اقدام را نوعی توهین به خود در بعضی شرایط می‌دانند و درباره بانوان نیز نباید چنـین کـرد. در صدا زدن افراد بـا اسـم کوچـک و اسـتفاده از نـام آنهـا بـرای برقراری ارتباط و جذب مخاطب به نکات زیر توجه کنیم:

- هنگامی که افراد برای پرسیدن سؤال، مشورت و یا هرکار دیگری به ما مراجعه می‌کنند، می‌توانیم در آغاز اسم آنها را بپرسیم و در مرحله بعدی آنها را با نام کوچکشان صدا بزنیم؛ مثلاً اگر برای مسئله نماز مسافر مراجعه کرده و ما اسم او را پرسیده‌ایم و نامش محمد است، بگوییم: ببین محمد آقا اگر شما امروز عصر که وارد نجف شدی قصد ده روز کردی ... .
- اگر به همراه بزرگ‌ترها که به ما مراجعه کرده‌اند یا ما با آنها برخورد کرده‌ایم، فرزندشان نیز حضور دارد، اسم بچه‌ها را از خودشان بپرسیم، مثلاً بگوییم: عزیزم اسمت چیه؟ و اگر اسم خوبی دارد او را تشویق کرده و مثلاً بگوییم: به به محمد آقا، چه اسم قشنگی و ....
- اگر بعد از پرسیدن نام افراد، در هنگام بیان نام خودشان نکته دیگری را به آن اضافه کردند، از همان نکته نیز برای برقراری ارتباط بیشتر استفاده کنیم؛ مثلاً اگر در جواب گفتند: کوچیک شما علی هستم، بگوییم: نوکر امام حسین علیه‌السلام که کوچیک نمیشه، خیلی هم آقا و بزرگوار هستید. یا اگر گفتند: نوکر شما مجید هستم، بگوییم: ایشالا نوکر امام حسین علیه‌السلام باشید.

- اگر در چند ساعت با عده‌ای از نوجوانان و جوانان همراه می‌شویم و مثلاً با هم پیاده‌روی می‌کنیم، سعی کنیم در همان آغاز نامشان را بپرسیم و حفظ کنیم و در طول مسیر در هنگام گفتگو، آنها را با نامشان صدا بزنیم. این کار فوق‌العاده در برقراری ارتباط و جذب آنان مؤثر است.
- اگر فردی که می‌خواهیم با او ارتباط برقرار کنیم عراقی و عرب است و ما نمی‌توانیم به زبان عربی سخن بگوییم، حداقل سعی کنیم اسم او را بپرسیم و مثلاً بگوییم: «شیسمک یا حبیبی؟؛ دوست من اسمت چیه؟» و وقتی که جواب داد، بعداً فقط به سخنان او گوش دهیم و با زبان بدن و حرکات سر و صورت با او همراهی کنیم و تحویل بگیریم و گاهی با گفتن احسنت او را تأیید نماییم.

تواضع:

تواضع و فروتنی در برقراری رابطه همدلانه و محبوبیت نقش کلیدی دارد. امام علی علیه‌السلام فرمودند: **«ثلاث یوجبن المحبة: حسن الخلق و حسن الرفق و التواضع**[1]؛ سه خصلت موجب محبت

۱. غررالحکم و درر الکلم، ص۲۵۵.

می‌شود: خوشخویی، مهربانی و فروتنی.» بنابراین سعی کنیم در مقابل مخاطبانمان متواضعانه برخورد کنیم.

عدم تقید به جای خاص:

بر اساس روایات، پیامبر صلی الله علیه و آله هیچ گونه تقیدی به جای خاص در مجلس نداشتند. امام مجتبی علیه السلام از دایی خود هند بن ابی هاله نقل کرده است که: «**سَأَلْتُهُ عَنْ مَجْلِسِهِ‏ای رَسُولِ اللهِ صلی الله علیه و آله فَقَالَ كَانَ... إِذَا انْتَهَى إِلَى قَوْمٍ جَلَسَ حَيْثُ يَنْتَهِي بِهِ الْمَجْلِسُ**[1]؛ از او درباره نشستن رسول خدا صلی الله علیه و آله سؤال کردم. پس گفت:... رسول خدا چنین بود که هر گاه به گروهی می‌رسید، هر کجا جا بود همانجا می‌نشست.»

توجه به همه:

در جلسه گروهی لازم است مبلغ به همه افراد توجه کند. از امام صادق علیه السلام نقل شده است که فرمودند: «**كَانَ رَسُولُ اللهِ صلی الله علیه و آله يَقْسِمُ لَحَظَاتِهِ بَيْنَ أَصْحَابِهِ فَيَنْظُرُ إِلَى ذَا وَ يَنْظُرُ إِلَى ذَا بِالسَّوِيَّةِ**[2]؛

---

۱. مستدرک‌الوسائل، ج ۸، ص ٤٠٤.

۲. همان.

پیامبر خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله همیشه توجه و نگاه خود را بین اصحاب خـویش تقسیم می‌نمود؛ و به صورت مساوی به این و آن نگاه می‌کرد.»

اکرام و احترام:

احترام گذاشتن به دیگران، از سنت‌های نیکوی نبوی است. آن حضرت افرادی را که بر او وارد می‌شدند احترام مـی‌نمـود و آنان را گرامی می‌داشت: «**وَ كَانَ يُكْرِمُ مَنْ يَدْخُلُ عَلَيْـهِ حَتَّـى رُبَّمَـا بَسَطَ ثَوْبَهُ وَ يُؤْثِرُ الدَّاخِلَ بِالْوَسَادَةِ الَّتِي تَحْتَـه**[1]؛ هـر کسـی بـر او وارد می‌شد، اکرامش می‌کرد و حتی لباس خود را برایش پهـن می‌کرد و متکا و بالش خود را پشت او می‌گذاشت.»

در سیره رسول خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله چنین نقل شده اسـت: «**وَ كَـانَ أَكْثَرُ جُلُوسِهِ أَنْ يَنْصِبَ سَاقَيْهِ جَمِيعاً**[2]؛ نشستن او غالبا دو زانو بود.»

چنانچه مخاطب از سن و سال بـالاتری برخـوردار باشـد، از نظر اولیای دین لازم است بیش‌تر مـورد احتـرام و اکـرام قـرار گیرد. امام صادق علیه‌السلام فرمودند: «**لَيْسَ مِنَّـا مَـنْ لَـمْ يُـوَقِّرْ كَبِيرَنَـا وَ**

---

۱. همان.

۲. همان.

یَرْحَمْ صَغِیرَنَا[1]؛ کسی که به بزرگسالان ما احترام نگذارد و به کودکان ما رحم نکند، از ما نیست.»

وقتی مبلغ دین، چنین رفتارهایی از خود بروز می‌دهد، افراد به راحتی شیفته او می‌شوند و بهترین ارتباطات عاطفی بین آنها شکل می‌گیرد.

اعلام دوستی:

اعلام دوستی نسبت به کسی که انسان او را دوست دارد، موجب ارتباط مناسب‌تر و بهتر شدن روابط عاطفی و ایجاد محبوبیت است. امام صادق علیه‌السلام از پدرانش از امام علی علیه‌السلام نقل کرده است که آن حضرت فرمودند: پیامبر خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله فرمودند: «**إِذَا أَحَبَّ أَحَدُکُمْ أَخَاهُ فَلْیُعْلِمْهُ فَإِنَّهُ أَصْلَحُ لِذَاتِ الْبَیْنِ**[2]؛ هرگاه یکی از شما برادر دینی‌اش را دوست بدارد، باید او را آگاه سازد؛ زیرا این برای ارتباط بین افراد مناسب‌تر است.»

۱. الکافی، ج ۲، ص ١٦٥.
۲. مستدرک‌الوسائل، ج ۸، ص ٣٤.

خوش‌سخنی:

امام علی‌علیه‌السلام خوش سخنی را در جلب افراد و ایجاد انس و رفاقت مؤثر دانسته و فرموده‌اند: «**من عذب لسانه کثر إخوانه**[1]؛ کسی که خوش‌سخن و شیرین‌زبان باشد، برادران [و دوستان] او بسیار شوند.»

اگر بخواهیم سخنان مناسب‌تری از مخاطب دریافت کنیم، لازم است از سخنان زیبا و دلپسند استفاده کنیم. امام علی‌علیه‌السلام فرمودند: «**أجملوا في الخطاب تسمعوا جميل الجواب**[2]؛ زیبا و آراسته سخن گویید تا جوابی زیبا و آراسته بشنوید.»

یکی از معیارهای خوش‌سخنی، رعایت ادبیات مخاطب است. هر یک از دانش‌آموزان، دانشجویان، طلاب علوم دینی، کشاورزان، پزشکان، کسبه و... دارای ادبیات مخصوص خود هستند. اگر بتوانیم از واژه‌های مورد استفاده خود آنها استفاده کنیم، بهتر می‌توانیم با آنها ارتباط برقرار کرده و بر آنها اثر بگذاریم.

---

۱. غررالحکم و درر الکلم، ص٤٣٥.

۲. همان.

اگر با افراد عوام عوام‌گونه، با فرهیختگان و تحصیلکردگان با ادبیات خودشان و با اقشار دیگر به زبان خودشان سخن بگوییم و حتی از اصطلاحات مورد علاقه آنان استفاده کنیم، بهتر به دل آنها می‌نشینیم.

هدیه دادن:

هدیه دادن موجب جلب محبت است. امام علی علیه‌السلام فرمودند: «**تفضل علی من شئت فأنت أميره**[1]؛ به هر که می‌خواهی عطا کن که در این صورت امیر او خواهی بود.»

مبلغان گرامی می توانند هدایایی هرچند به لحاظ مادی کم قیمت به همراه داشته و در موارد مقتضی به دیگران هدیه دهند و از این راه، به تقویت ارتباط عاطفی کمک کنند.

شوخی کردن:

شوخی کردن اگر بجا و مناسب باشد موجب شاد کردن برادران دینی و ایجاد جاذبه در مبلّغ و برقراری ارتباط محبت‌آمیز است. گاهی یک شوخی، موجب تغییر نگرش

---

۱. بحارالأنوار، ج ۷۰ ، ١٦٩ .

مخاطب نسبت به روحانیت مـی‌شـود و مسـیر تبلیـغ را همـوار می‌نماید. به‌ویژه در سفر زیارتی اربعین که زائران عزیز خسته‌اند و این خستگی ممکن است موجب ناراحتی‌هایی شده باشد.

در روایات سفارش اکیدی به شـوخی کـردن و شـاد کـردن مؤمنین شده است. فضل بن ابی قرّه از امام صـادق علیه‌السلام چنـین روایت می‌کند: «**ما من مؤمن إلا و فيه دعابـة قلـت و مـا الدعابـة قال المزاح**[1]؛ هیچ مؤمنی نیست الا اینکه در او دعابه است، گفتم دعابه چیست؟ فرمود: مزاح.»

گاهی با یک شوخی مختصر ارتباط خوبی برقرار مـی‌شـود؛ مثلاً وقتی در برخورد بـا یـک پسـر بچـه بـا او خـوش و بـش می‌کنید و لپ او را می‌کشید، با شما ارتبـاط برقـرار مـی‌کنـد و جذب می‌شود.

البته باید شرایط اربعین را در نظر گرفت و از شـوخی‌هـایی که با این فضا تناسب نـدارد پرهیـز کـرد. همچنـین روحـانیون محترم به هیچ وجه با بانوان شوخی نکنند و حتی در فضـاهای بسته مثل سالن‌های غذاخوری که زنان نیز حضور دارند از ایـن اقدام بپرهیزد.

---

۱. الكافي، ج۲، ص۶۶۳.

استفاده از شرایط و اتفاقات:

ما در سفر اربعین با شرایط و اتفاقات خاصی روبرو می شویم که هرکدام از آنها بهانه‌ای برای ایجاد ارتباط با دیگـران اسـت؛ مثلاً وقتی در صف غذا قرار می‌گیریم و کسی قبل و یـا بعـد از ماست، می‌توانیم با او درباره غذا و برکت‌های خداوند و یا روحیه خدمت‌گذاری که در مردم وجود دارد و ایـن غـذا را مجـانی در اختیار دیگران می‌گذارند، صحبت کنیم. اگر هیئتی را می‌بینـیم که خیلی پرشـکوه بـه سـمت کـربلا حرکـت کـرده اسـت، بـا اطرافیانمان دربـاره عظمـت دسـتگاه امـام حسـین علیه‌السلام سـخن بگوییم. وقتی یک تصادف را مشاهده می‌کنیم، دربـاره بلاهـا و سختی‌های زندگی صحبت کنیم و ... .

هر یک از این شرایط و اتفاقات بهانه‌ای برای ایجاد ارتبـاط با مخاطب و بیان بخشی از معارف دین است.

بهره‌گیری از نقاط اشتراک:

گاهی با افرادی مواجه می‌شویم که نقـاط اشـتراکی بـا مـا دارند؛ مثلاً لباس بسیجی پوشیده و اتفاقاً ما هم بسیجی هستیم، از چفیه و عکس مقام معظم رهبری اسـتفاده کـرده و مـا هـم عاشق رهبر معظم انقلاب و انقلابی هسـتیم، از لبـاس ورزشـی

استفاده کرده و ما هم ورزشکار هستیم، هریک از این نقاط اشتراک می‌تواند بهانه‌ای برای برقراری ارتباط ما با یکدیگر باشد. مثلاً به طرف می‌گوییم: لباس ورزشی پوشیدید، انگار ورزشکار هستید. وقتی پاسخ مثبت داد، درباره نوع ورزش مورد علاقه او و ورزش مورد علاقه خودمان صحبت می‌کنیم و این را بهانه‌ای قرار می‌دهیم برای مطرح کردن ورزش روح و روان و پهلوانی در مقابل شیطان و ... .

استفاده از ابزارهای ارتباطی و رسانه‌ای:

امروزه مردم از ابزارهای ارتباطی پیش‌رفته‌ای استفاده می‌کنند و خود اینها می‌تواند بهانه‌ای برای برقراری ارتباط با آنها باشد. شما می‌توانید از بعضی مخاطبان عکس بگیرید و قول بدهید که برایشان ارسال می‌کنید و یا از آنها بخواهید از شما عکس بگیرند و ارسال کنند. از طریق بلوتوث عکس‌ها و کلیپ‌های مناسب ارسال کنید، شماره تلفن خود را بدهید تا از شما مسائل شرعی را بپرسند یا مشورت بگیرند، آدرس وبلاگ و سایت خود را بدهید، آدرس کانال خود در تلگرام را بدهید و ... .

با این اقدامات می‌شود با افراد رابطه دوستانه برقرار کرد. البته در این باره باید متوجه بعضی آسیب‌ها بود؛ مثلاً به

هیچ‌وجه نباید زنـان را در بسـیاری از ایـن گونـه ارتباطـات بـه مشارکت گرفت.

گذشتن از خطاهای مخاطبان:

شایسته است مبلغان گرامی در برخورد با خطاهای مخاطبان نکات زیر را رعایت کنند:

- در مورد خطاهای آنـان تـا حـد امکـان تغافـل کننـد. بـدیهی است که تغافل به معنای غفلت و بـی‌خـبری نیسـت؛ بلکـه بـدین معناسـت کـه خطـای طـرف را نادیـده مـی‌گیـریم تـا شخصـیت او در مقابـل مـا کوچـک نشـود و در نتیجـه بـه صورت آشکار به آن گناه دست نزند.
- در برخورد با کسانی که حجاب اسلامی را رعایـت نمـی‌کننـد؛ در عین اجرای وظیفه نهی از منکر، به گونـه‌ای عمـل کننـد که مخاطب احساس نکند او را فاسد و فاسق می‌داننـد و از خیل زائران حسینی جداست.
- برخی از زائران انسان‌هایی تندخو و بدرفتار هستند. بـا آنهـا به گونه‌ای محبت کنند که روش محبت کردن بـه دیگـران و کنترل خشم را در عمل یاد بگیرند.

د) اجرای فنون تبلیغی

پس از جذب مخاطب و ایجاد رابطه عاطفی با او، لازم است با اجرای فنون تبلیغی، هدایت‌گری انجام شود. در این هدایت‌گری ممکن است ما به یک پرسش مخاطب به خوبی پاسخ دهیم، شبهه‌ای را برطرف کنیم، یا به او در کاری مشورت بدهیم و یا امر به معروف و نهی از منکر کنیم و یا هر نوع فعالیت تبلیغی دیگری که موجب هدایت دیگران است انجام دهیم. گاهی نیز ممکن است کاری که ما در اینجا انجام می‌دهیم زمینه‌ای برای ارتباطات بعدی تا چندین سال گردد و فرصتی برای هدایت‌های بعدی باشد. در این مرحله به تناسب می‌توان از فنون زیر استفاده کرد:

انگیزه‌سازی

قبل از هرچیز باید در مخاطب انگیزه شنیدن و پذیرش ایجاد کرد. برای ایجاد انگیزه شنیدن، از روش‌های مختلفی می‌توان ستفاده کرد که به برخی از آنها اشاره می‌شود:

الف) روش سؤالی:

در این روش یک سؤال از مخاطب می‌پرسیم، سؤالی که در واقع دغدغه او نیز هست، یا اینکه اگر دغدغه او نیست، به گونه‌ای مطرح می‌کنیم تا دغدغه او نیز شود؛ مثلاً اگر این سؤال را مطرح کنیم که: به نظر شما چگونه می‌توان زائر واقعی امام حسین علیه السلام بود؟ این سؤال به دلیل اینکه دغدغه مخاطب است، انگیزه شنیدن پاسخ آن را دارد و می خواهد ما پاسخ او را بدهیم و این زمینه‌ای برای طرح مباحث ما خواهد بود. البته اگر با این روش می‌خواهیم انگیزه استماع ایجاد کنیم، باید نکات زیر را رعایت کنیم:

- حتما پاسخ سؤال را به خوبی بدهیم؛
- سؤال نباید به گونه‌ای باشد که موجب ایجاد شبهه در ذهن مخاطب گردد.

ب) روش داستانی:

در این روش، یک داستان پرجاذبه را برای مخاطب تعریف می‌کنیم. در این صورت به دلیل جاذبه‌های داستانی، او به ما و

مطالبمان علاقمند می‌شود و می‌خواهد بقیه مطالب ما را نیز بشنود. در این روش باید به نکات زیر توجه شود:

- داستان باید برای مخاطب پرجاذبه باشد تا در او انگیزه شنیدن ایجاد کند؛ نه فقط برای ما. چه بسا داستان‌هایی که برای ما جاذبه دارند، ولی برای برخی از مخاطبانمان، هیچ‌گونه جاذبه‌ای ندارند.

- از داستان‌های اولیای الهی به خصوص امام حسین(ع) و اصحاب و یاران باوفای ایشان استفاده شود؛

- حتماً داستان، مستند باشد و از ذکر داستان‌های بی‌مدرک که گاه با اعتقادات و یا احکام دینی معارض‌اند پرهیز شود.

- داستان با روحیات و نیازهای مخاطب و شرایط زمانی و مکانی پیوند برقرار کند تا اثرگذاری بیشتری داشته باشد.

ج) روش تعریف از مخاطب:

همه انسان‌ها دوست دارند مورد تمجید و تعریف دیگران قرار گیرند و زمانی که از آنها تعریف می‌شود خوشحال می‌شوند و به سمت تعریف‌کننده جذب می‌شوند. علاوه بر این، با شنیدن این گونه مطالب در خود احساس کرامت می‌کنند و در اغلب

موارد، موجب تقویت اعمال خوب و صفات نیکو در آنها می‌شود. ما می‌توانیم در برخورد با افراد و به منظور انگیزه‌سازی جهت شنیدن حرف‌های بعدیمان، از آنها تعریف کنیم. اگر از این روش استفاده می‌کنیم لازم است نکات زیر مورد توجه قرار گیرد:

- کارهای مثبت و خوبی را که از مخاطب دیده‌ایم مورد تمجید قرار دهیم، مثلاً اینکه او در راهپیمایی اربعین شرکت کرده است را به عنوان یک کار خوب مورد ستایش قرار دهیم؛
- در تعریف از مخاطب افراط نکنیم و آنچه را که او ندارد برای او ذکر نکنیم تا مبتلا به دروغگویی نشویم؛
- می‌توانیم از خلقت الهی او تعریف کنیم؛ مثلاً بگوییم ماشا الله چه قدّ رشیدی دارید، یا چه رنگ موی زیبایی دارید، یا چقدر با استعداد و خوش‌سخن هستید و ... .

گوش دادن:

خوب گوش‌دادن به سخنان مخاطب، علاوه بر اینکه به او شخصیت می‌دهد، موجب فهم دقیق‌تر مسئله می‌شود. امام صادق‌علیه‌السلام خوب گوش دادن را دلیلی بر اصابت رأی و نظر

دانسته و فرمودند: « **ثَلَاثَةٌ يسْتَدَلُّ بِهَا عَلَى إِصَابَةِ الرَّأى: حُسْنُ اللِّقَاء وَ حُسْنُ الِاسْتِمَاعِ وَ حُسْنُ الْجَوَاب**[1]؛ با سه چیز بر اصابت رأی استدلال می‌شود: خوب برخورد کردن و نیک گوش کردن و پاسخ نیکو دادن.»

سعی کنیم زیاد گوش بدهیم تا افراد فرصت حرف زدن داشته باشند، خیلی‌ها برای اینکه ضددین، انقلاب و نظام و ... نشوند، فقط نیاز دارند یک مبلّغ را ببینند که حاضر است گوش بدهد.

صبر و تحمل شنیدن نظرات مخالف، ابتدایی‌ترین نیاز برای تبلیغ چهره به چهره است و مخاطبین هیچ وقت حاضر نیستند با کسی که تحمل شنیدن سخنان آنان را ندارد ارتباط مستمر فرهنگی و فکری داشته باشند و از او تأثیر بگیرند.

توجه به حالات:

در ارتباط تبلیغی باید کاملاً به حالات مخاطب توجه نمود؛ زیرا از این طریق بهتر می‌توان به شناخت روحیات و مافی‌الضمیر او

---

۱. بحارالانوار، ج۷۵، ص۲۳۷.

پرداخت و به ریشه‌یابی مشکلات روحی و روانی وی رسید. امام علی علیه‌السلام فرمودند: «**مَا أَضْمَرَ أَحَدٌ شَيْئاً إِلَّا ظَهَرَ فِي فَلَتَاتِ لِسَانِهِ وَ صَفَحَاتِ وَجْهِهِ**[1]؛ هیچ کس مطلبی را در دل پنهان نمی‌کند، مگر اینکه در لغزش‌های زبان و رنگ به رنگ شدن صورتش ظاهر می‌گردد.»

از این رو شایسته است با توجه به حالات ظاهری مخاطب، شناخت بهتری از او پیدا کرده و بر اساس آن، به انتخاب و ارائه محتوای مناسب بپردازیم.

قطع نکردن سخن مخاطب:

بعضی از مبلغان، قبل از اینکه مخاطب مشکل خود را به طور کامل مطرح کند و ساکت شود، با تصور اینکه مشکل را به خوبی فهمیده‌اند، شروع به ایراد پیشنهاد می‌کنند، در حالی که اجازه دادن به مخاطب برای ارائه مطالب و توضیحات به طور کامل یکی از اصول مهم تبلیغ چهره به چهره است و پاسخ دادن قبل از فهم درست مسئله، نشانه جهل مبلّغ محسوب می‌شود. امام صادق علیه‌السلام فرمودند: «**مِنْ أَخْلَاقِ الْجَاهِلِ الْإِجَابَةُ قَبْلَ**

---

۱. نهج‌البلاغه، ص ۴۷۲.

أَنْ يسْمَعَ وَ الْمُعَارَضَةُ قَبْلَ أَنْ يفْهَمَ وَ الْحُكْمُ بِمَا لَا يعْلَم[۱]؛ از اخلاق نادان، پاسخ دادن پیش از شنیدن و معارضه و گفتگو پیش از فهمیدن، و حکم کردن به آنچه نمی‌داند است.»

برخی از مبلغان کم‌تجربه تصور می‌کنند که قطع کردن سخن مخاطب باعث می‌شود او تصور کند بسیار دانا و خبره هستند و قبل از ارائهٔ توضیحات کامل مخاطب، مطلب را به خوبی فهمیده‌اند و اینک در صدد حل مشکل هستند؛ در حالی که قطع کردن کلام مخاطب، آثار روانی منفی بر او باقی می‌گذارد و باعث می‌شود که او تصور کند مبلّغ حوصلهٔ شنیدن ندارد یا می‌خواهد به گونه‌ای از فهم مشکل شانه خالی کند.

پیامبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله هرگز سخن کسی را قطع نمی‌کرد: «**وَ لَا يَقْطَعُ عَلَى أَحَدٍ كَلَامَهُ حَتَّى يَجُوزَهُ فَيَقْطَعَهُ بِنَهْيٍ أَوْ قِيَامٍ.**»[۲]

ابراهیم بن عباس درباره امام رضا علیه‌السلام می‌گوید: «**مَا رَأَيْتُ قَطَعَ عَلَى أَحَدٍ كَلَامَهُ حَتَّى يَفْرُغَ مِنْهُ**[۳]؛ هیچگاه امام رضا علیه‌السلام را ندیدم که سخن کسی را قطع کند تا اینکه او از سخن خود فارغ گردد.»

---

۱. بحارالأنوار، ج۲، ص۶۲.
۲. همان، ج۱۶، ص۱۵۲.
۳. همان، ج ۴۹، ص۹۰.

پرهیز از سرزنش کردن:

یکی از فنونی که در تبلیغ چهره به چهره باید رعایت گردد، پرهیز از ملامت و سرزنش مخاطب است. سرزنش مخاطب موجب برافروختن حس عداوت و دشمنی در اوست. امام هادی علیه‌السلام فرمودند: «**العتاب مفتاح التقالی**[1]؛ سرزنش کردن کلید دشمنی (و کینه) است.»

حال اگر در این امر زیاده‌روی شود، موجبات لجبازی مخاطب را نیز فراهم نموده، فرایند تبلیغ را با آسیب جدی‌تری مواجه می‌سازد. امام علی علیه‌السلام فرموده‌اند: «**الإفراط في الملامة يشب نار اللجاجة**[2]؛ زیاده‌روی در ملامت و سرزنش، آتش لجاجت را در فرد شعله‌ور می‌سازد.»

ایجاد سؤال:

ایجاد سؤال ممکن است به شکل‌های مختلف و به انگیزه‌های گوناگونی صورت گیرد.

---

۱ . نزهه الناظر و تنبیه الخاطر، ص۱۳۹.

۲. غرر الحکم و درر الکلم، ص۲۲۳.

گاهی برای ایجاد انگیـزه شـنیدن در مخاطـب از او سـؤال می‌شود، تا پس از جلب توجه او، مطلبی برایش بیان شود. امـام باقر علیه‌السلام به کسانی که در محضر او بودند، فرمود: «آیا شما را از چیزی با خبر نکنم که چون بدان عمل کنید، سلطان و شـیطان از شما دور شوند؟ پس ابوحمزه عرض کرد: بله! آن را بفرماییـد تا بدان عمل کنیم. امام علیه‌السلام فرمود: بـر شماسـت کـه روز را بـا صدقه آغاز نمایید؛ چرا که صدقه شیطان را روسیاه می‌کند و در آن روز، خشم‌گیری سلطان ستم‌پیشه را بر شما بی‌اثر می‌سـازد. و بر شماست دوستی در راه خدا و مهرجویی و همیاری در انجام کردار نیک؛ زیرا این کار ریشهٔ آن دو؛ یعنی سلطان و شیطان را قطع می‌کند و در آمرزش‌خواهی پافشاری کنید؛ چرا که این کار گناهان را پاک می‌کند.»[1]

در بعضی از موارد، حضرات معصومین علیهم‌السلام مطلبی را مـبهم بیان می‌کردند و پس از طرح سـؤال از سـوی مخاطـب، پاسـخ روشن‌تری ارائه می‌نمودند؛ مثلاً جملات یـا اصـطلاحاتی را بـه

۱. بحـارالأنوار، ج۷۵، ص۱۷۸؛ تحـف‌العقـول عـن آل الرسـول، ص۲۹۸.

کار می‌بردند که مردم معنی آن را نمی‌فهمیدند. وقتی در ذهن شنونده سؤال ایجاد می‌شد و آنان از معنی آن اصطلاح می‌پرسیدند، بحث آغاز می‌شد. به عنوان نمونه، حذیفة بن منصور می‌گوید: امام صادق علیه السلام فرمودند: «**اتَّقُوا الْحَالِقَةَ فَإِنَّهَا تُمِيتُ الرِّجَالَ**؛ از حالقه بپرهیزید که انسان را می‌میراند.» پرسیدم: حالقه چیست؟ فرمود: «**قَطِيعَةُ الرَّحِمِ**؛ قطع رحم.»[1]

این شیوه در پایدارسازی مطلب تأثیر بیشتری دارد.

گاهی نیز مطلب را به صورت سربسته و یا در سطح پایین بیان می‌کردند تا کسی که مطلب برایش مبهم است و یا خواهان فهم بیشتر است، با طرحِ سؤال خود، از امام مطالب بیشتری را بخواهد. نقل شده است که ابوحنیفه برای تحصیل علم نزد امام صادق علیه السلام آمد. امام علیه السلام به او فرمود: «هر گاه ارادهٔ تحصیل علم کردی، اول حقیقت بندگی را در خود ایجاد کن و علم را با عملِ به آن، بخواه و از خدا طلب فهم کن که او به تو خواهد داد.» ابوحنیفه می‌گوید: از امام علیه السلام پرسیدم: حقیقت عبودیت چیست؟ فرمود: «حقیقت عبودیت در سه چیز است:

---

۱. الکافی، ج ۲، ص۳٤٦.

اول اینکه بنده هر آنچه را خدا به او داده، ملک خود نداند؛ زیـرا بندگان مالک نمی‌شوند....»[1]

اگر سؤال ابوحنیفه از حقیقت بندگی نبود، امـام علیه السلام وارد آن بحث نمی‌شد؛ ولی با سؤال او، امام مطالب بسـیار سـودمندی را برایش بیان کرد.

پاسخگویی:

گاه مخاطب بـه طـرح سـؤالاتی از مبلـغ مـی‌پـردازد؛ ایـن سؤالات ممکن است جنبه‌های مختلفی داشته باشد. مثلاً ممکن است صرفاً برای برقراری ارتباط با مبلغ باشد که در این صورت مبلغ باید با درک شرایط، با پاسخگویی به سؤال، به ایجاد رابطه بـا مخاطـب بپـردازد. همچنـین ممکـن اسـت پرسـش بـرای حقیقت‌یابی باشد و مخاطب بخواهد حقیقتاً چیزی را بدانـد کـه لازم است در حد امکان پاسخ سؤال او مطرح شود. گـاهی نیـز سؤالات بیهوده‌انـد و دانسـتن پاسـخ آن هـیچ فایـده‌ای نـدارد؛ چنانکه ندانستن آن نیز هیچ مشکلی ایجاد نمی‌کنـد. در مقابـل

۱. بحارالأنوار، ج ۱، ص ۲۲٤.

چنین سؤالاتی، مبلّغ، ضمن پاسخ‌دادن به پرسش، بـه گونـه‌ای بسیار ظریف یادآوری کند که بهتر اسـت بـه جـای پـی‌گیـری اینگونه سؤالات، به دنبال دانسته‌هایی بروید که برایتان سودمند است.

نکات کلی قابل توجه در پاسخ‌گویی:

در پاسخ گفتن به سؤالات افراد، لازم است نکات زیر مـورد توجه قرار گیرد:[1]

- آرامش خود را حفظ کرده و از هر گونه عجله بپرهیزید؛
- در مواردی که پاسخْ طولانی است، ابتدا پاسخ را به طـور اجمالی و بدون ذکر مستندات و توضیحات بیان کنید؛ سپس پاسخ کامل و تفصیلی را ارائه نمایید.
- در مواردی که پرسش مخاطب درباره اموری است که به لحاظ شرعی نمی‌توان پاسخ آن را بیان کرد؛ مثل اینکـه درباره اخبار محرمانه‌ای است که نباید فـاش شـود یـا اینکه موجب غیبت و یا عیب‌گویی دیگران به صورت غیر مجاز است، در این گونه موارد لازم نیسـت همـه دانسته‌های خود را در پاسخ بیان کنید.

---

۱. ر.ک: شیوه پاسخ به پرسش‌های دینی، ص٦٧ – ١١٤.

- از ارائه پاسخ‌های فراوان و راه‌های گوناگون بپرهیزید؛ زیرا گاهی مخاطب را دچار سردرگمی می‌کند و او نمی‌تواند راه درست را انتخاب کرده و به مقصد برسد.
- در پاسخگویی به سؤال مخاطبان به هیچ‌وجه نباید در دام پرگویی افتاد؛ زیرا گاهی موجب ملالت خاطر آنان می‌شود.
- بلافاصله جواب طرف مقابل را ندهیم. سعی کنیم او را به فکر وادار کنیم. طوری نشود که به خاطر جواب محکم و قاطع ما به سؤالات و ابهاماتش در همان ابتدا، دیگر جرئت سؤال کردن از ما را نداشته باشد.
- در صورتی که پاسخ سؤالی را نمی‌دانیم، هیچ اشکالی ندارد که به مخاطبمان بگوییم: «فعلاً جواب سؤالت را نمی‌دانم، اگر موافق هستی تحقیق می‌کنم و بعداً با هم تماس می‌گیریم و صحبت می‌کنیم.» البته باید با مطالعه، خود را به جایی برسانیم که تعداد نمی‌دانم‌هایمان زیاد نباشد.

تکرار:

در فن تکرار، گاه سخن مخاطب توسط مبلغ تکرار می‌شود و گاهی مبلغ به تکرار مطالب خود می‌پردازد. تکرار سخن مخاطب از آن جهت اهمیت دارد که او متوجه می‌شود، مبلغ مشکلش یا مطلبش را به خوبی درک کرده و از این جهت اطمینان خاطر بیشتری به وی دست می‌دهد و اگر تشخیص دهد که نیاز بیشتری به توضیح وجود دارد، آن را ارائه می‌کند.

تکرار مطالب، به ویژه مطالب مهم مبلغ نیز حائز اهمیت است؛ زیرا به استقرار و تثبیت مطالب در ذهن مخاطب می‌انجامد. رسول خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله به این امر عنایت داشته و زمانی که حدیثی را بیان می‌فرمودند، یا به سؤالی پاسخ می‌دادند، آن را سه بار تکرار می‌کردند. ابن عباس نقل کرده است که: «**کَانَ رَسُولُ اللهِ صلی‌الله‌علیه‌وآله إِذَا حَدَّثَ الْحَدِيثَ أَوْ سُئِلَ عَنِ الْأَمْرِ كَرَّرَهُ ثَلَاثاً لِيَفْهَمَ وَ يُفهَمَ عَنْه**[1]؛ رسول خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله هرگاه حدیثی را می‌فرمود یا در مورد چیزی از او سؤال می‌شد، سه بار آن را تکرار می‌کرد تا (مطلب را) بفهمد و از او فهمیده شود.»

۱. بحارالأنوار، ج ١٦، ص٢٣٤؛ مکارم الاخلاق، ص٢٠.

البته باید توجه داشت که تکرار کـردن آمرانـه یـک ارزش، گاهی باعث ضد ارزش شدن آن نزد مخاطب می‌شود؛ بنـابراین باید از چنین تکرارهایی پرهیز کرد.

سکوت:

در بعضی از موارد، سکوت بـیش از سـخن گفـتن اثـر دارد، چنانکه امیرمؤمنان علیه السلام فرمودنـد: «**رُبَّ سُکُوتٍ أَبْلَغُ مِنْ کَلَام**[1]؛ بسی سکوت که از سخن رساتر است.»

مبلغ به تجربه در می‌یابد کـه کجـا بایـد بگویـد و در کجـا سکوت، بیشتر تأثیر دارد. به عنوان مثال یکی از مـوارد سـکوت در جایی است که طرف از فرط جهالت قدرت تشخیص سـخن شما را ندارد و بیان مطلب، بسان آب در هاون کوبیدن است. در چنین مواردی بهتر است از بیـان مطالـب و یـا پاسـخگویی بـه سؤال او طفره رفته و با سکوت خود به درمان وی بپردازید. امام علی علیه السلام فرمودند: «**إِذَا حَلُمْتَ عَنِ الْجَاهِلِ فَقَدْ أَوْسَعْتَهُ جَوَاباً**[2]؛ چـون در برابـر نـادان بردبـاری نمـودی، او را پاسـخی گشـاده داده‌ای.»

۱. غررالحکم و درر الکلم، ص ۲۱۵.
۲. همان، ص ۲۸۵.

استناد:

ارائه دلیل و مدرک مطالبی که از سوی مبلّغ مطرح می‌شود، در بسیاری از موارد موجب اطمینان مخاطب نسبت به راه حل ارائه شده است. این مطلب در جایی که مخاطب از اهل علم و مطالعه باشد، اهمیت بیشتری دارد. دلیل و مدرک سخن، ممکن است آیه، روایت و یا سخن یکی از بزرگان باشد، و اصولاً هر چیزی که مخاطب را بهتر قانع می‌کند در اینجا مؤثر است و این تأثیر به نوع نگاه، اعتقادات و سطح فهم و درک او مربوط می‌شود.

هر چند آیۀ «**وَ مَا ینطِقُ عَنِ الْهَوَی*إِنْ هُوَ إِلا وَحْیٌ یوحَی**[1]؛ و هرگز از روی هوای نفس سخن نمی‌گوید! آنچه می‌گوید چیزی جز وحی که بر او نازل شده نیست!» ثابت می‌کند که تمام کلمات و سخنان پیامبر اکرمﷺ از جانب خداوند است؛ در عین حال، سیره آن حضرت چنین بود که سخن خود را به خداوند مستند می‌کرد. به عنوان مثال، روزی «عبدالله بن سلام» یهودی، به صورت خصوصی به حضور پیامبرﷺ آمد و گفت:

---

۱. نجم، ۳ـ۴.

من سه سؤال دارم که جز پیامبران جواب آن را نمی‌دانند، آیا اجازه هست مطرح کنم؟ پیامبر خدا صلی الله علیه و آله فرمود: مطرح کن. عبدالله سؤالات خود را پرسید. پیامبر صلی الله علیه و آله فرمود: اکنون جبرئیل پاسخ سؤالاتت را از طرف خدا می‌آورد و من به تو خواهم گفت.[۱]

تشویق به تفکر:

برخی از رفتارها و خصلت‌های بد انسان‌ها ناشی از اندیشه نکردن در امور است. فکر باعث می‌شود فرد درباره امور، بصیرت یابد و عقلش او را به گونه‌ای تدبیر کند که رفتارهای نابهنجار را کنار گذارد و به انجام رفتارهای نیک کشانده شود. امیرالمؤمنین علیه السلام می‌فرماید: «**تفکرک یفیدک الاستبصار و یکسبک الاعتبار**[۲]؛ اندیشیدن، تو را به بصیرت و درک صحیح می‌کشاند و اعتبار و ارزش را برای تو به ارمغان می‌آورد.»

بنابراین در موارد مقتضی باید مخاطب را تشویق کرد تا درباره مسئله مورد نظر فکر کند و راه چاره بیابد.

---

۱. ر.ک: بحارالأنوار، ج۱۹، ص۱۳۱.

۲. غررالحکم و دررالکلم، ص۵۷.

موعظه:

گاهی، با وجود شرایط موعظه و اندرز، می‌توان به موعظه و نصیحت‌گویی مخاطب پرداخت و او را نسبت به آثار خوب اعمال نیک و عاقبت سخت رفتارهای غلط در دنیا و آخرت تحریک نمود و از این راه مشکلات روحی، روانی، اجتماعی و فردی او را مرتفع نمود. در اجرای این فن، رعایت مناسبات گوینده و شنونده و مقتضای حال بسیار حائز اهمیت است و شرایط سنی گوینده و شنونده، جنسیت هر یک از آنها، ارتباطات نسبی بین آنان (پدر، فرزند، عمو، عمه، دایی، خاله، و...)، نسبت‌های اجتماعی آنان (استاد و شاگرد، و...) باید مورد توجه قرار گیرد تا موعظه بار منفی پیدا نکرده و نشانه خود بزرگ‌بینی و تکبر مبلغ قلمداد نشود. از امیرمؤمنان علیه‌السلام نقل شده است که: «**رحم الله امرأ عرف قدره و لم یتعد طوره**[۱]؛ خدا رحمت کند کسی را که اندازه خود را بداند و از حد خود تجاوز نکند.»

۱. همان، ص۲۳۳.

بیان تجارب:

امام علی علیه السلام تجربه‌های زندگی را حاوی وعظ و اندرز دانسته و فرموده‌اند: «**فِي كل تجربة موعظة**[1]؛ در هر تجربه‌ای موعظه‌ای است.»

امیرمؤمنان علیه السلام گاهی به بیان تجربه‌های خود می‌پرداختند و با این اقدام، به یاری و راهنمایی دیگران می‌شتافتند؛ چنانکه از ایشان نقل شده است:

إِنِّي وَجَدْتُ وَ فِي الْأَيَّامِ تَجْرِبَةً   لِلصَّبْرِ عَاقِبَةً مَحْمُودَةَ الْأَثَرِ
وَ قُلْ مَنْ جَدَّ فِي أَمْرٍ يُطَالِبُهُ   فَاسْتَصْحَبَ الصَّبْرَ إِلَّا فَازَ بِالظَّفَرِ[2]

«من در این ایام تجربه‌ای بدست آوردم، و آن اینکه صبر عاقبت و نتیجه (نیکو و) ستایش شده‌ای دارد. و بگو کسی که در طلب چیزی تلاش کند و رفیق صبر و بردباری باشد، به پیروزی می‌رسد.»

معرفی الگو:

گاهی مخاطب بیش از اینکه نیاز به دلیل داشته باشد، نیاز به الگو دارد. در اینجا لازم است الگوهای مناسبی به او معرفی

---

۱. همان، ص ٤٤٤.
۲. بحارالأنوار، ج ٣٤، ص ٤١١.

گردد. ما می توانیم با بیان خاطراتی از زندگی بزرگان، الگوهای خوبی را برای مخاطبانمان معرفی کنیم. شایسته است در معرفی الگوها به نکات زیر توجه شود:

- بهترین الگوها، حضرات معصومین: هستند که از طهارت درون برخوردارند و از سوی حضرت حق به عنوان الگوی زندگی معرفی شده‌اند.

- در معرفی غیر معصومین به عنوان الگو نباید به گونه‌ای عمل کرد که مردم آنها را الگوهای تمام عیار و غیر قابل خدشه بدانند؛ بلکه در همان جهتی که مورد بحث است به عنوان الگو معرفی شوند.

- در معرفی الگوها بهتر است شرایط سنی و جنسی مخاطبان در نظر گرفته شود؛ مثلاً می‌توانیم برای نوجوانان، محمد حسین فهمیده را معرفی کنیم و برای جوانان، حضرت علی اکبر علیه‌السلام را و برای پیر مردها، افراد سالخورده از شهدای کربلا را و برای بانوان، حضرت فاطمه زهرا، حضرت زینب، حضرت خدیجه و حضرت مریم ـ سلام الله علیهن ـ را معرفی کنیم.

ارجاع:

گاهی ممکن است به هر دلیلی مبلغ نتواند به نحو مطلـوب پاسخگوی مشکل مخاطب باشد، در این صـورت بایـد او را بـه کسـی ارجـاع دهـد کـه صـلاحیت چنـین کـاری را دارد. امـام سجاد علیه‌السلام در بیان حقوق مشورت‌گیـران فرمودنـد: «**وَ اَمّا حَقُّ الْمُسْتَشیرِ فَانْ حَضَرکَ لَهُ وَجْهُ رَأیٍ جَهَدْتَ لَهُ فِی النَّصیحَةِ وَاَشَرْتَ عَلَیهِ بِما تَعْلَمُ انَّکَ لَو کُنْتَ مَکانَهُ عَمِلْتَ بِهِ وَذلکَ لِیکُنْ مِنْکَ فی رَحْمَةٍ وَلینٍ فَانَّ اللّینَ یُونِسُ الوَحْشَةَ وانَّ الْغَلْظَ یُوحِشُ مَوْضِعَ الأُنْسِ وَانْ لَمْ یَحْضُرْکَ لَهُ رَأیٌ وَعَرَفْتَ لَهُ مَنْ تَثِقُ بِرأیِهِ وَتَرْضی بِهِ لِنَفْسِکَ دَلَلْتَهُ عَلَیْهِ وَأرْشَدْتَهُ الَیْهِ، فَکُنتَ لَمْ تَألُهْ خَیرا وَلَمْ تَدَّخِرْهُ نُصْحاً؛**[1] حق مشورت‌کننده این است که اگر رأی صحیحی داری در نصیحت و خیرخواهی‌اش بکوشی و کاری را که اگـر تـو بـه جای او بودی می‌کردی با مهربانی بـه او بنمـایی. کـه نـرمش رمیدن را بزداید و خشونت رمیدن را بیفزاید، و اگر رأی و نظری نداری، او را نزد کسی که بـه رأیـش اعتمـاد داری و نظـر او را برای خود می‌پسندی، معرفی کنی تا در خیرخواهی و نصیحتش کوتاهی و فروگذاری نکرده باشی.»

---

۱. بحارالأنوار، ج ۷۱، ص۱۸.

هـ) پایان ارتباط

در پایان ارتباط تبلیغی، لازم است فنون زیر مورد توجه قرار گیرد:

۱. آغاز نکردن به جدا شدن از مخاطب

یکی از سنت‌های نیکوی پیامبر اسلامﷺ که مردم را شیفته آن حضرت می‌کرد، این بود که هنگام جدایی از افراد، او آغاز به جدایی نمی‌کرد. در حالات آن حضرت نقل شده است که: «**مَنْ رَامَهُ بِحَاجَةٍ صَابَرَهُ حَتَّى يَكُونَ هُوَ الْمُنْصَرِفَ**[1]؛ وقتی کسی برای حاجتی به او مراجعه می‌کرد، تا اقدام به رفتن نمی‌کرد، حضرت از وی جدا نمی‌شد.»

۲. خداحافظی

یکی دیگر از سنت‌های نیکوی اسلامی، خداحافظی کردن هنگام جدا شدن از یکدیگر است. خداحافظی، در واقع دعا کردن برای یکدیگر در هنگام جدا شدن از هم می‌باشد. درباره پیامبر اکرمﷺ نقل شده است: «**أَنَّهُ إِذَا وَدَّعَ أَحَداً قَالَ أَسْتَوْدِعُ**

---

۱. بحارالأنوار، ج١٦، ص٢٢٦.

اللهَ دِینَكَ وَ أَمَانَتَكَ وَ خَوَاتِیمَ عَمَلِكَ[۱]؛ هرگاه پیامبر با کسی وداع می‌کرد، می‌گفت: از خداوند می‌خواهم دین و امانت‌ها و پایان اعمالت را حفظ کند.»

۳. مشایعت

این سنت اختصاص به همراه و مصاحب مسلمان ندارد، بلکه شامل غیر مسلمانان نیز می‌شود. چنانچه نقل شده است که امام علی علیه‌السلام با مردی ذمی (یهودی یا مسیحی) همراه بودند، مرد ذمی از حضرت سؤال کرد قصد کجا دارید؟ و آن حضرت فرمود: کوفه. وقتی در مسیر، مرد ذمی به راه دیگری چرخید، امام علی علیه‌السلام نیز با او چرخید. ذمی گفت مگر نمی‌خواستی به کوفه بروی؟ حضرت فرمود: چرا. گفت: پس چرا همراه من آمدی؟ فرمود: این برای خوش‌رفاقتی است که هرکس رفیقش را هنگام جدا شدن تا اندازه‌ای مشایعت کند. این دستور پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله ماست. سرانجام به خاطر این حرکت نیکو، آن مرد مسلمان شد.[۲]

---

۱. مستدرک‌الوسائل، ج ۸، ص۲۰۹.

۲. آداب معاشرت، ج۱، ص۱۰۱.

تبلیغ عملی

چنانکه پیش‌تر اشاره شد، یکی از روش‌های تبلیغ چهره به چهره، تبلیغ با عمل و رفتار مبلغ است. این نوع از تبلیغ بیشترین تأثیر را در مخاطبان ایجاد می‌کند؛ زیرا مخاطب در مقابل چشمان خود الگویی را می‌بیند که بر اساس آموزه‌های دینی عمل می‌کند. امام صادق علیه السلام فرمودند: «**کونوا دعاة للناس بغیر ألسنتکم لیروا منکم الورع و الاجتهاد و الصلاة و الخیر فإن ذلك داعیة**[1]؛ با غیر زبان‌هایتان مردم را دعوت کنید تا از شما ورع و تلاش و نماز و خوبی ببینند که این دعوت کردن است.»

چه نیکوست در این سفر تبلیغی بر امور زیر بیشتر مواظبت کنیم:

- هر روز در آغاز و انجام فعالیت‌ها، به اهل بیت: توسل کنیم و از آنان بخواهیم ما را در راه تبلیغ دین یاری کنند. در این توسل‌ها دیگران را هم دعوت کنیم تا آنان نیز از آن بهره ببرند.
- روزمان را با صدقه آغاز کنیم و از همراهانمان بخواهیم آنها نیز صدقه بدهند تا سلامت بمانند.

---

۱ . الکافی، ج ۲ ، ص ۷۸.

- نمازهای واجب را اول وقت و با جماعت بخوانیم تا زائران دیگر نیز بهره ببرند.
- نماز شب را با حال حضور قلب بخوانیم و از این فرصت نورانی بهترین توشه‌ها را برگیریم.
- اذکار و عبادت‌های مستحبی را فراموش نکنیم و دیگران را نیز نسبت به آنها توصیه کنیم.
- اهل ذکر باشیم و با یاد خدا دل‌هایمان را نورانیت بخشیم.
- سعی کنیم حداقل روزی یک بار برای حضرت سید الشهداء علیه‌السلام روضه بخوانیم و برایش اشک بریزیم و چه بهتر که این کار را در قالب زیارت عاشورا انجام دهیم.
- خدمتگزار زائران باشیم (دست زائران بیمار و سالخورده را بگیریم و از هیچ کوششی برای آنان دریغ نکنیم، در هنگام راه‌بندان، برای باز کردن راه کمک کنیم، اگر صف گرفتن غذا از موکب طولانی است و زائران در گرفتن غذا با مشکل مواجه شده‌اند به آنها کمک کنیم، برای پیدا کردن گمشده‌ها با افراد مربوط همکاری کنیم، برای پیدا کردن محل استراحت در موکب‌ها خدمتگزار زائران باشیم و ...).

روش برخورد با مخالفان و بزهکاران

در زیارت اربعین ممکن است با کسانی مواجه شوید که به نوعی با شما، حکومت اسلامی ایران، ولایت فقیه و ... مخالف باشند و نیز ممکن است افرادی سعی کنند با استفاده این مخالفت‌ها و در واقع نظرات مخالف، آتش بیار معرکه شده و به ایجاد اختلاف در میان مردم دامن زنند. همچنین ممکن است با افراد نادانی مواجه شوید که از سر ناآگاهی به شما یا دیگران پرخاش کنند و ناسزا بگویند. یا افرادی که قمه می‌زنند، لعن می‌کنند یا خلاف وحدت تلاش می‌کنند، عکس‌های علما را پاره می‌کنند و ... .

در اینجا به نظر می‌رسد رعایت نکات زیر راهگشا باشد:

- از هرگونه گفتار یا اقدامی که موجب ایجاد درگیری و اختلاف در صفوف زائران حسینی شود پرهیز کنید؛ زیرا اختلاف و درگیری به هر صورتی که باشد و عامل آن هرچه باشد، به نفع شیعیان نیست.
- در مواجهه با مخالفان سعی کنید با رأفت و رحمت برخورد کنید و به هیچ وجه آنان را تحریک نکنید.

- چنانچه برخی مخالفان سعی کردند با فحاشی و پرخاشگری، شما یا دیگران را تحریک کنند، این شما باشید که با سعه صدر و گشاده‌رویی آنان را شرمنده می‌کنید. نوع برخورد امام مجتبی علیه‌السلام با مرد شامی که از ناصبی‌ها بود و با برخورد امام علیه‌السلام از محبان اهل بیت علیهم‌السلام گشت، در اینجا الگوی بسیار مناسبی است.
- چنانچه توانایی دارید و احتمال تأثیر می‌دهید، در خلوت با مخالفان ارتباط برقرار کنید و پاسخگوی شبهات آنان باشید.
- در مقابل افراد نادان، با عفو و گذشت رفتار کنید و با متانت از کنار آنها بگذرید که خدای متعال می‌فرماید: «**وَ عِبَادُ الرَّحْمَانِ الَّذِینَ یَمْشُونَ عَلَی الْأَرْضِ هَوْنًا وَ إِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَهِلُونَ قَالُواْ سَلَامًا**[1]؛ و بندگان رحمان کسانی هستند که روی زمین با آرامش و فروتنی راه می‌روند، و هنگامی که نادانان آنان را طرف خطاب قرار می‌دهند [در پاسخشان] سخنانی مسالمت‌آمیز می‌گویند.»

---

۱. فرقان، ٦٣.

فضاهای تبلیغی اربعین

در ایام اربعین، فضاهای تبلیغی زیر وجود دارد که با اجـرای فنون پیش‌گفته و رعایت نکات زیر می‌تـوان در آنهـا بـه تبلیـغ چهره به چهره پرداخت:

کاروان‌های زیارتی

بعضی از مبلغان گرامی از ابتدا تا انتهای سفر تبلیغی اربعین با یک کاروان هستند و با آنان از ایـران بـه عـراق رفتـه و بـاز می‌گردند. این دسته از مبلغان باید در کاروان‌هـای زیـارتی بـه نکات زیر توجه کنند:

- در عین همکاری کامل با مدیر کاروان، وظایف تبلیغی خود را به خوبی پیگیری و اجرا کنند.
- در مواقعی کـه مشـکلات اجرایـی در کـاروان پـیش آمـده و زائران را رنجور و ناراحت می‌کنـد، بـا افـزایش نشـاط معنـوی تـلاش کننـد آرامـش روحـی و روانـی مناسـبی بـه کـاروان بـر گردانند.
- در مقابـل دیگـران از عملکـرد مـدیر انتقـاد نکننـد؛ بلکـه اشکالات او را به خودش گفته و یا در صورت برطرف نشدن و ضرورت، به سازمان حج و زیارت منتقل کنند.

- تا سر حد امکان با مدیر کاروان هماهنگی داشته باشند و در امور مربوط به مدیر دخالت نکنند.
- برنامه‌های خود را در داخل صحن‌ها یا اطراف بیرونی حرم‌ها اجرا کرده و از اجرای برنامه روضه‌خوانی در داخل حرم بپرهیزند.
- در زمان پخش برنامه‌های حرم از طریق بلندگو، در مقابل آن برنامه‌ای نداشته باشند.
- در اقامه نماز جماعت کوشا باشند و با همراه کردن چند کاروان و درخواست از یک روحانی برای نماز جماعت، بر میزان وحدت و یکپارچگی عزاداران حسینی بیفزایند.
- تمام‌وقت، برنامه داشته باشند و بیشترین استفاده را از فضای نورانی عتبات نصیب زائران کنند.
- زمینه‌های ارتباط دائمی با زائران خود را فراهم آورند و به همان چند روز حضور در عتبات بسنده نکنند.
- افراد نخبه و مؤثر کاروان را شناسایی کرده و برای فعالیت تبلیغی در منطقه محل سکونت آنها، با ایشان برنامه بگذارند.
- رانندگان را در طول مسیرها تحویل بگیرند و با آنها رابطه عاطفی دینی برقرار کنند.
- از همه فرصت‌های ممکن استفاده کرده و آن را در خدمت تبلیغ دین قرار دهند.

مکان‌های تبلیغی

برخی از مکان‌های تبلیغ در زیارت عتبات عالیات عبارتنداز: موکب‌ها، چادرها، لابی هتل‌ها، حرم‌ها و مشاهد مشرفه، امامزادگان، مساجد، حسینیه‌ها و تکایا و ... .

توصیه می‌شود مبلغان عزیز به محض قرار گرفتن در این مکان‌ها، با هماهنگی دیگر فعالان فرهنگی، اقدامات زیر را انجام دهند:

- اقامه نماز جماعت؛
- اقامه عزاداری و سینه‌زنی؛
- اجرای سخنرانی‌های کوتاه به همراه بیان مسائل شرعی مورد ابتلای زائران؛
- پخش کلیپ‌های تصویری و یا صوتی کوتاه؛
- تشکیل حلقه‌های معرفتی جهت ارتباط با همه اقشار مخصوصاً جوانان؛
- ایجاد ارتباط با صاحبان محلهای مذکور از طریق دادن و گرفتن شماره تلفن یا هر کانال ارتباطی دیگر جهت تداوم صمیمیت و انتقال معارف الهی.

مسیرهای حرکت

در پیاده روی اربعین می‌توان در مسیرهای زیـر بـه همـراه زائران بود و به تبلیغ دین پرداخت:

- مسیرهای پیاده روی بین شهرهای مبدأ تا کربلا؛
- مسیرهای کوتـاه داخـل شـهرها از محـل اسـکان تـا حـرم مطهر؛
- مرزهای مهران، شلمچه و ... .

شایسته است مبلغان گرامی در ایـن مسـیرها، فعالیـت‌هـا و اقدامات زیر را انجام دهند:

○ آمـاده شـدن بـرای اقامـه نمـاز جماعـت و انجـام آن بـه محض رسیدن وقت نماز؛

○ بیان نکات اخلاقی و به صورت خیلـی کوتـاه مـثلاً پـنج دقیقه در بین دو نماز متناسب با شرایط و مقدورات؛

○ گفتگوهای دوستانه با همراهان به منظـور انتقـال پیـام دین به آنها؛

○ توزیـع محصـولات فرهنگـی، هماننـد چفیـه، بروشـور، سی.دی تبلیغی و... در میان زائران.

محتوای تبلیغ

شرایط محتوا

موضوعات و مطالبی کـه در تبلیـغ چهـره بـه چهـره ارائـه می‌شود باید دارای شرایط زیر باشد:

- در راسـتاي تعـاليم قـرآن كـريم و سـنّت معصـومين: و هدایت‌کننده به این دو جهت باشد؛
- مورد علاقه مخاطب باشد؛
- در حد فهم و تعقل مخاطب باشد؛
- از سادگي و رواني برخوردار و از كلمات مـبهم خـودداري و تلاش شود تا حدّ ممكن، مطالب روشن باشد؛
- موجب تحريف در دين نباشد؛
- خرافه، باطل، افسانه‌گويي و گفتار مشكوک نباشد؛
- غیر عقلایی و غیر مستند نباشد.

محتواهای مورد نیاز مبلغ

مبلغانی که برای سفر زیارتی اربعین اعزام مـی‌شـوند، بایـد نسبت به مطالب زیر آگاهی پیدا کنند:

- آداب و رسوم مردم عراق (با محوریت پیاده‌روی اربعین)؛
- آشنایی با عراق (در محورهای سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی با تأکید بر مسائل قومی و مذهبی)؛
- اربعین در فرهنگ شیعه (شامل جایگاه اربعین، آداب اربعین، آداب و رسوم شیعیان عراق در اربعین)؛
- مسائل امنیتی؛
- جریان‌های افراطی و مدعیان دروغین (احمد الحسن، خراسانی، شیرازی‌ها و ...)؛
- بهداشت عمومی.

مطالب مورد نیاز مخاطبان

فهرست مطالبی که مبلغان اربعین می‌توانند در قالب تبلیغ چهره به چهره به مخاطبان خود منتقل کنند عبارتند از:

- احکام مبتلی به در سفر اربعین؛
- محبت و انس بین مردم ایران و عراق؛
- بیانات امام راحل و مقام معظم رهبری درباره مردم عراق، اربعین و امام حسین علیه‌السلام؛

- پاسخ به بعضی از شبهات مطرح درباره مردم عراق (دفاع مقدس، مردم کوفه، عراق و بلای تاریخی، بی‌تفاوتی نسبت به مشکلات عراق، کم بودن محبت مردم عراق به ایرانی‌ها)؛

- استکبارستیزی و نفی سلطه؛

- دشمن‌شناسی و جریان تکفیر؛

- ضرورت مقاومت مظلومان عالم؛

- سبک زندگی اسلامی (اخلاص، همدلی و همراهی، نماز، خانواده، عزاداری، شهادت‌طلبی و ...)؛

- وحدت جهان اسلام (ضرورت و اهمیت، عوامل و موانع وحدت با تأکید بر سیره و سنت حسینی، لزوم ممانعت و مقابله با هرگونه تنش و درگیری، پرهیز از ورود به مسائل اختلافی بین عراقی‌ها، مقابله با فرقه‌گرایی و کاهش اختلافات فرقه‌ای، مقابله با جریان‌های انحرافی) ؛

- انتظار (مفهوم انتظار، عوامل تقویت روحیه انتظار، آسیب‌شناسی انتظار، اربعین زمینه‌ساز ظهور و ...)؛

- آداب سفر(با تأکید بر سفر زیارتی اربعین)؛

- توصیه‌های امنیتی (محل‌های اسکان، وسائل همراه و پول، گمشدگان، افراد مسن، خانم ها، کودکان و نوجوانان،

کارت شناسایی، محل‌های مراجعه مثل بعثه، ستاد اربعین، کنسولگری ایران، هلال احمر و ...)؛

- توصیه‌های بهداشتی و پزشکی (همراه داشتن دارو، وسائل بهداشتی، آب و غذا در عراق، خواب و استراحت، عدم استفاده از دخانیات و ...)؛

- توصیه‌های فرهنگی و عبادی (داشتن برنامه عبادی، توجه به مقام زائر، توجه به ایام سوگواری، آداب زیارت امام حسین علیه‌السلام، توجه به کودکان و افراد مسن و بانوان، احترام به همه زوّار و خادمان، رعایت حجاب، توجه به نماز اول وقت، یادگیری احکام مورد نیاز، همکاری و همدلی و همراهی، توجه به فرهنگ‌های دیگر، قرائت قرآن، صبر، توجه به امام زمان (عج) و ...).

منابع و مآخذ

*قرآن کریم.

۱. **آداب معاشرت (ترجمه جلد شانزدهم بحار الانوار)**، محمد باقر کمره‌ای، ۲جلدی، تهران، اسلامیه، چاپ اول، ١٣٦٤ش.

۲. **بحار الانوار**، علامه مجلسی، بیروت، موسسه الوفاء، ۱۱۰ جلدی، بی تا.

۳. **تبلیغ چهره به چهره(روشهای تعامل و ارتباط گیری با زائران اربعین)**، هادی صالح پرور، کمیته فرهنگی و آموزشی ستاد اربعین، بی جا، بی تا.

٤. **تحف العقول عن آل الرسول**، حسن بن شعبه حرانی، تحقیق مهدی مخزومی و ابراهیم سامرائی، مؤسسه انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، چاپ دوم، یک جلدی، ١٤٠٤ق.

٥. **تصنیف غرر الحکم و درر الکلم**، عبد الواحد بن محمد تمیمی آمدی، تصحیح: مصطفی درایتی، قم، دفتر تبلیغات اسلامی، اول، ١٣٦٦ش.

٦. **سفینةالبحار**، شیخ‌عباس قمی، قم، اسوه، چاپ‌اول، ١٤١٤ ق.

۷. **شیوه پاسخ به پرسشهای دینی**، محمد علی محمدی، قم، انتشارات مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه، چاپ اول، ۱۳۹۱ش.

۸. **غرر الحکم ودرر الکلم**، عبدالواحد بن محمد تمیمی آمدی، دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، چاپ اول، ١٣٦٦ش.

۹. **الکافی**، کلینی، تهران، دار الکتب الاسلامیه، چاپ چهارم، ۸ جلدی، ١٣٦٥ش.

۱۰. **المحاسن**، احمد بن ابی عبد الله برقی، قم، دار الکتب الاسلامیه، چاپ دوم، ١٣٧١ش.

۱۱. **مستدرک الوسائل**، محدث نوری، قم، مؤسسه آل البیت لاحیاء التراث، چاپ اول، ١٨ جلدی، ١٤٠٨ق.

۱۲. **مکارم الاخلاق**، قم، انتشارات شریف رضی، یک جلدی، چاپ چهارم، ١٤١٢ق.

۱۳. **من لا یحضره الفقیه**، شیخ صدوق، مؤسسه انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، چاپ سوم، ٤جلدی، ١٤١٣ق.

١٤. **نزهة الناظر و تنبیه الخاطر**، حسین بن محمد بن حسن بن نصر حلوانی، قم، مدرسة الامام المهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف، چاپ اول، ١٤٠٨ق.

۱۵. نهج البلاغه، امام علی بن ابیطالب علیه السلام، قم، انتشارات دار الهجره، چاپ نسخه صبحی صالح، یک جلدی.

تجربه‌های سفر:

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....

✍ ....